

Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo

Gabriel Solha Shinohara

NOTÍCIAS FALSAS NO AMBIENTE BRASILEIRO DO FACEBOOK

Redes sociais, imprensa alternativa e imprensa tradicional

Brasília
2018

Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo

Gabriel Solha Shinohara

NOTÍCIAS FALSAS NO AMBIENTE BRASILEIRO DO FACEBOOK
Redes sociais, imprensa alternativa e imprensa tradicional

Monografia apresentada à Banca Examinadora da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo

Orientador: Prof. Dr. Zanei Ramos Barcellos

Brasília
2018

NOTÍCIAS FALSAS NO AMBIENTE BRASILEIRO DO FACEBOOK

Redes sociais, imprensa alternativa e imprensa tradicional

Gabriel Solha Shinohara

Brasília, ____ de _____ de ____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Zanei Barcellos
Orientador

Prof. Dra. Márcia Marques
Membro

Prof. Dra. Rafiza Varão
Membro

Prof. Dra. Ana Carolina Kalume Maranhão
Suplente

RESUMO

As notícias falsas estão sendo discutidas em todo o mundo pelas novas formas como elas se apresentam e são compartilhadas. A teoria envolve discussões sobre o papel da pré-disposição da crença, a perda de hegemonia do jornalismo tradicional e o crescimento das redes sociais e da imprensa alternativa. O objetivo é verificar a relevância das notícias falsas no cenário midiático do Facebook. Metodologicamente, o trabalho envolve pesquisas bibliográfica e empírica. Na média, as notícias falsas são mais compartilhadas no Facebook do que notícias verdadeiras.

Palavras-chave: notícias falsas; redes sociais; imprensa alternativa; Facebook; imprensa tradicional

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Eduardo e Karina, e à minha irmã, Júlia, que me deram o apoio necessário para que eu tivesse condições e disposição de sair de casa para fazer uma faculdade em outra região do país. Agradeço a Marissa, pelo companheirismo no desafio que foi fazer esse trabalho.

Também às amigas Aghata e Rebeca, ótimas companhias durante essa jornada de quase cinco anos. Ao meu orientador, professor Zanei Barcellos, que eu não conhecia antes de começarmos a trabalhar juntos, mas que proporcionou um ótimo ambiente e uma relação de sintonia para a realização deste TCC.

É claro, à banca, composta pela professora Márcia e pela professora Rafiza, que prontamente aceitaram fazer parte dos últimos passos da realização deste trabalho e deram valiosas considerações para melhorá-lo.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
2 FAKE NEWS.....	11
2.1 Contexto.....	11
<i>2.1.1 Guerra da Crimeia.....</i>	<i>11</i>
<i>2.1.2 Contexto estadunidense.....</i>	<i>12</i>
<i>2.1.3 Contexto brasileiro.....</i>	<i>13</i>
2.1.3.1 Folha de S. Paulo e Facebook.....	15
2.2 Conceitos.....	16
<i>2.1.1 Quem acredita nas fake news?.....</i>	<i>19</i>
<i>2.1.2 Tendência da notícia.....</i>	<i>19</i>
<i>2.1.3 Partidários.....</i>	<i>20</i>
<i>2.1.4 Ceticismo e análise.....</i>	<i>22</i>
<i>2.1.5 Redes sociais.....</i>	<i>23</i>
2.1.5.1 Uso das redes sociais.....	23
2.1.5.2 Credibilidade das redes sociais.....	24
2.1.5.3 Difusão de notícias falsas no Twitter.....	27
3 IMPRENSA ALTERNATIVA, REDES SOCIAIS E NOTÍCIAS FALSAS.....	28
3.1 Mudança no perfil da imprensa alternativa.....	29
3.2 Poder de agendamento.....	31
<i>3.2.1 Agendamento da imprensa tradicional.....</i>	<i>31</i>
<i>3.2.2 Agendamento da imprensa alternativa.....</i>	<i>32</i>
3.3 Ambiente para proliferação.....	34
<i>3.3.1 Bolhas de informação.....</i>	<i>34</i>
<i>3.3.1 Polarização política.....</i>	<i>36</i>
3.4 Checagem.....	37
<i>3.4.1 Agências checadoras.....</i>	<i>37</i>
<i>3.4.2 Veículos tradicionais.....</i>	<i>38</i>
4 PESQUISA EMPÍRICA.....	40
4.1 Metodologia.....	40
<i>4.1.1 Classificações.....</i>	<i>43</i>
4.2 Análise.....	45
<i>4.2.1 Pastor Valdemiro cobra 50 mil para passar camisa de sangue em fiéis e garante salvação eterna – Pensa Brasil.....</i>	<i>45</i>
<i>4.2.2 Camisa ensanguentada de Valdemiro é usada para “curar” fiéis - Veja.....</i>	<i>46</i>

4.2.3 Rio tem nove policiais militares mortos em 12 dias: isso deveria chocar e incomodar a ONU e o Papa! - Blog do Rodrigo Constantino	47
4.2.4 Juíza solta ladrão e é assaltada por ele na saída do Fórum	47
4.2.5 Maria de Fátima (vítima de um AVC) morreu na fila do SUS. E ninguém ficou sabendo! – Diário do Brasil.....	48
4.2.6 AGU e MPF “brigam” sobre bloqueio judicial de R\$2,1 bi da Odebrecht – UOL.....	49
4.2.7 China sugere ao Brasil a Lei que dá Pena de Morte para os Políticos Corruptos – The Jornal Brasil.....	49
4.2.8 New York Times diz que o Brasil se tornará um país de pobres e miseráveis com Temer e PSDB.....	50
4.2.9 Em protesto inusitado, funcinário de cemitério escreve “Entra Temer” – Brasil 247.....	51
4.2.10 Homossexuais terão cota em concursos públicos – A Folha Brasil.....	51
4.2.11 Campanha “dia 28 eu vou trabalhar” bomba nas redes e leva extrema-esquerda à loucura	51
4.2.12 “Esses corruptos são genocidas, são eles que matam as pessoas que estão morrendo nas filas de hospitais”, diz Miguel Falabella – Folha Política.....	52
4.2.13 PHD em Harvard, brasileira supera fome e preconceito e soma 56 prênios na carreira – UOL.....	52
4.2.14 Juristas apresentam pedido de impeachment de Gilmar Mendes - O Globo.....	52
4.2.15 Tatuador é preso por tortura após escrever “eu sou vacilão” na testa de adolescente no ABC – G1	53
4.2.16 Tatuador alugou quarto em pensão on deescreveu na testa de adolescente no ABC- G1.....	53
4.2.17 Lula é condenado na Lava Jato a 9 anos e 6 meses de prisão no cado do triplex – G1..	54
4.2.18 Juiz do DF manda suspender decreto que aumentou tributos sobre combustíveis – G1..	55
4.2.19 Um presidente inocente de verdade faria qeustão de ser investigado – Pragmatismo Político	55
4.2.20 Rock in Rio: Querem salvar a Amazônia, mas não juntam o próprio lixo – Jornal da Cidade Online.....	56
4.2.21 Homem slto após ejacular em mulher em ônibus é preso de novo ao atacar outra passageira – G1.....	56
4.2.22 Pabllo Vittar ameaça deixar o Brasil caso Bolsonaro seja eleito em 2018.....	57
4.2.23 O silêncio ensurdecador da mídia com reação ao atentado na Somália – Revista Fórum.....	57
4.2.24 A professora que mesmo em chamas tentava salvar as crianças em Janaúba – Huffpost Brasil	57
4.2.25 Segurança ateia fogo em creche de Janaúba e mata crianças e professora.....	57
4.2.26 Com bolo de Pabllo Vittar, menino de 12 anos beija namorado durante festa de aniversário – Mixturandoweb.....	58
4.2.27 Guloseimas acabam e crianças atiram pedras em Papai Noel no interior de SP – Estado de S. Paulo.....	58

4.2.28 Pesquisa revela: Homens que fumam maconha se sentem atraídos por outros homens – YsContent.....	59
4.3 Resultados.....	59
4.3 Limitações.....	65
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	66
REFERENCIAS.....	68

1 INTRODUÇÃO

O debate sobre as notícias falsas está em destaque desde a eleição de Donald Trump para presidente dos EUA, em 2016. Muito se discute ainda sobre os efeitos e influências das notícias falsas naquela eleição, não só sobre o resultado em si, mas também como esse tipo de desinformação pode ter mudado o debate público.

Darnton (2017) lembra dos *Canards*, um tipo de publicação do século XVII na França que se dedicava a espalhar boatos. Por exemplo, durante a revolução francesa, muitos dessas publicações imprimiam imagens de Maria Antonieta, ajudando a difundir o ódio da população contra a nobreza.

A grande novidade do fenômeno é a maneira pela qual o público lida com ele. Houve uma mudança de paradigma midiático, em que o próprio público pode difundir informações com facilidade, no qual os veículos tradicionais perderam a hegemonia. Essas informações não precisam mais passar por um filtro jornalístico, as redes sociais permitem que sejam difundidos pelos próprios usuários.

O presente trabalho tem como objetivo geral entender a faceta midiática do fenômeno das notícias falsas e verificar sua relevância no ambiente midiático brasileiro do Facebook. Os objetivos específicos são os de levantar quais tipos de veículos publicam notícias falsas, se tradicionais ou alternativos e identificar se notícias falsas têm mais compartilhamentos e engajamentos que notícias verdadeiras.

Esse trabalho se justifica por conta do pouco conhecimento do impacto e alcance desse fenômeno em escala brasileira e global. Nos estudos estadunidenses ainda não há clareza sobre a influência das notícias falsas nas eleições ou mesmo no debate político. No Brasil, não foram encontrados muitos estudos sobre o assunto. Além disso, a eleição presidencial de 2018 no Brasil pode trazer uma nova questão para esse tema, possivelmente intensificando seus efeitos.

A maior parte dos artigos usados neste trabalho foram publicados depois da eleição que elegeu Donald Trump. Esses estudos tentavam quantificar o impacto, entender de onde vinham as

notícias falsas, verificar quais tipos de pessoas acreditavam e compartilhavam essas informações, também discutir o papel das redes sociais e dos filtros de bolha no fenômeno.

Essa última questão, das redes sociais, é o elemento novo da desinformação. O uso de informações duvidosas para desinformar ou reforçar um ponto ideológico não é novo, mas o alcance e a maneira como as pessoas lidam com isso sim.

São duas hipóteses baseadas no levantamento bibliográfico: Notícias falsas são mais compartilhadas por veículos alternativos e notícias falsas têm mais engajamento e compartilhamentos no Facebook.

A pergunta de pesquisa é: “Qual a relevância das notícias falsas dentro do ambiente midiático do Facebook no contexto brasileiro?”. Essa pergunta envolve verificar o alcance dessas notícias falsas, descrever onde foram publicadas e os números de compartilhamentos e reações na rede.

Metodologicamente, este trabalho faz um levantamento bibliográfico sobre as várias facetas do fenômeno. Isto inclui, o papel da crença, Gunther (1992) e Gomes (2016), das redes sociais, com base em Recuero (2009), Parisier (2012) e Tandoc, Ling e Lim (2017) e da imprensa alternativa, Peruzzo (2006) e Amazeen, Guo, Vargo (2017).

Também faz parte do trabalho uma pesquisa empírica focada no ambiente de notícias do Facebook. A análise busca diferenciar as notícias falsas e verdadeiras para então categorizá-las de acordo com o veículo em que foi publicada e, ao final, verificarr, a partir das métricas do Facebook, quais as diferenças.

O trabalho é organizado da seguinte maneira. O segundo capítulo trata da situação do fenômeno das notícias falsas atualmente. Para tanto, explora contextos políticos em que elas se fizeram importantes e discutem-se os conceitos aplicados, o papel da psicologia humana, da ideologia na crença e do papel das redes sociais na formação de bolhas e no facilitamento da difusão de tais informações.

No capítulo três, o foco é o papel da imprensa alternativa e o poder de agendamento que

possuem. Em especial, investiga-se a criação de veículos com claros vieses ideológicos e criados para defender uma certa visão política, bem como do papel das redes sociais no crescimento do alcance desses veículos, tratando de bolhas ideológicas e da polarização política.

A pesquisa empírica está detalhada no quarto capítulo. Resumidamente, um estudo realizado sobre as notícias mais compartilhadas no Facebook, em que temos uma noção geral de que tipo de informação está recebendo atenção dos usuários do Facebook, seja falsa ou verdadeira, e que tipo de veículo a publicou, tradicional ou alternativo.

No quinto e último capítulo, as considerações finais. O desenho das relações entre os resultados da pesquisa empírica e a revisão teórica. Também uma discussão sobre os temas das notícias que recebem mais atenção do público do Facebook e, dado os resultados da pesquisa, um diagnóstico do problema e de possíveis soluções.

2 FAKE NEWS

2.1 Contexto

Para contextualizar o fenômeno das *fake news*, abrangemos em três situações diferentes. Primeiramente, como essas notícias falsas se relacionaram com o conflito entre Rússia e Ucrânia na região da Crimeia em 2014. Em segundo lugar, no contexto estadunidense das eleições presidenciais de 2016. Por último, um contexto geral do cenário brasileiro, abordando a maneira como as notícias falsas se relacionam com a imprensa tradicional e seu poder de influência.

2.1.1 Guerra da Crimeia

A crise na Crimeia começou no final de 2013, explicitando conflitos étnicos e políticos entre a população russa e a ucraniana na região e também marcando as diferenças entre as zonas de influências russas e ocidentais. O conflito acabou com a região sendo anexada à Rússia.

O que nos interessa neste conflito é a batalha de informações empreendida pelo canal russo *Channel One* e pelo site ucraniano *StopFake*. Além dos conflitos entre soldados, houve, na mídia, uma batalha de narrativas entre aliados russos e ucranianos. “... notícias fabricadas e bizarras que circularam largamente na internet podem ser entendidas como propaganda de agitação que é feita para provocar uma resposta afetiva do público...” (KHALDAROVA, PANTTI, 2016. p. 10. Tradução nossa¹)

De acordo com Khaldarova e Pantti (2016), a televisão *mainstream* russa tomou posição em defender os interesses do governo no conflito. As narrativas se centraram na hostilidade e interesses de países ocidentais que estariam por trás do governo ucraniano. Além disso, na ideia de que o fascismo estaria se espalhando na Ucrânia.

Por outro lado, estudantes de jornalismo ucranianos criaram o *Stopfake*, uma plataforma online

¹ “fabricated and bizarre news reports circulating widely on the internet can be understood as agitation propaganda that is designed to provoke an affective response from the public”

que fazia o contraponto das informações divulgadas pelo canal russo. A plataforma realizava checagens de fatos e contra-argumentava diretamente as notícias e reportagens publicadas pelo *Channel One*.

Segundo Khaldarova e Pantti (2016), o *Channel One* utilizou de recursos simbólicos e de identidade étnica e cultural para “criar legitimidade para a política do Kremlin” e fazer um contraste entre ucranianos e russos.

Nós acreditamos que notícias falsas podem representar a destilação da narrativa do estado russo, tendo o propósito de apoiar uma construção de identidade já formada em vez de noticiar eventos (KHALDAROVA, PANTTI, 2016, p. 3. Tradução nossa²)

Um exemplo dessa batalha de narrativas é o de uma imagem divulgada pelo *Channel One*, que mostrava uma vala cheia de corpos. O canal russo afirmava que os corpos eram de civis mortos pelo exército ucraniano. O site *StopFake* então publicou a imagem com o contexto, a foto era de um conflito de duas décadas antes, na Chechênia. O grupo descobriu também que foto foi manipulada, com um enquadramento que excluía a imagem de um soldado.

2.1.2 Contexto estadunidense

A discussão sobre as *fake news* tomou o debate público durante a campanha presidencial norte-americana de 2016. Uma das evidências que confirmam essa afirmação é a escolha do termo “pós-verdade” como palavra do ano de 2016 no dicionário Oxford. A definição feita pelo dicionário é “relativo ao que denota circunstâncias nas quais fatos objetivos são menos influenciadores na formação da opinião pública do que apelos à emoção ou à crença pessoal”.

Um ambiente polarizado, quando Democratas e Republicanos disputavam mais uma vez a presidência, permitiu a proliferação de boatos. Durante a eleição, muito se discutiu sobre as mentiras que o então candidato Trump proferia e sobre as desinformações que circulavam nas redes sociais.

Trump desafiava os meios de comunicação. Chegou até a atacar um repórter no meio de um

² “We believe that false news stories may represent the distillation of the Russian state narrative, having the purpose of supporting already-constructed identity claims, rather than reporting on events”

discurso. Atitude que não mudou quando assumiu a presidência, quando chamou veículos como a CNN de “*fake news*” e continuou a mentir como antes. O próprio candidato Trump usar o termo “*fake news*” como um meio de atacar veículos de mídia considerados tradicionais, fortaleceu a discussão sobre a definição e o uso político do termo.

Em relação às notícias falsas que circulavam nas redes sociais, houveram muitos ataques dos dois lados. Uma história que ficou famosa, e que chegou a consequências reais, foi o Pizzagate. Na teoria da conspiração, Hillary Clinton e seu gerente de campanha, John Podesta, estariam envolvidos em uma rede de tráfico humano e pedofilia que teria sua sede numa pizzeria em Washington.

Edgar Welch, um morador da Carolina do Norte, foi até a pizzeria em Washington para investigar por si mesmo. Chegou disparando um rifle AR-15. Ninguém se machucou e ele acabou preso e condenado a quatro anos de cadeia.

Segundo o jornal *The Guardian*, o rumor começou após emails de Podesta vazarem. Esses e-mails demonstravam interesse do gerente em fazer um evento na pizzeria. Isso acabou se tornando outra coisa em fórum do 4chan, depois Reddit, Facebook até chegar no site Infowars, conhecido divulgador de notícias falsas e apoiador de Donald Trump.

2.1.3 Contexto Brasileiro

Depois de criar discussão durante as eleições norte-americanas do ano passado, ela passou a ser discutida também aqui no Brasil. Tribunais Superiores, como o TSE e o STF começaram a discutir medidas para evitar os efeitos delas na campanha presidencial de 2018.

Dada a importância e o efeito que elas podem ter, ao contaminar o debate público com desinformações, o fenômeno ainda tem uma discussão incipiente na academia brasileira. Nos EUA, experimentos e estudos complexos patrocinados por grandes universidades, como a Columbia, já aconteceram, mas no Brasil ainda não há muito conhecimento produzido.

Dentro dos próprios veículos midiáticos a discussão também tomou proporções maiores. Como

exemplo, a criação de seções de checagem de fatos em grandes portais, como o G1 e o UOL. Além disso, iniciativas menores, como o Truco, a Agência Lupa e o Aos Fatos passaram a ter mais destaque.

Mesmo se não tiver o efeito tão grande como o propagado, segundo Allcott e Gentzkow (2017), o fenômeno das notícias falsas movimentou o *establishment* midiático, obrigou os meios tradicionais a inovar e ainda criou um debate nas instâncias superiores do judiciário brasileiro.

Em um escopo menor, saindo do cenário político nacional, os boatos propagados pelas redes sociais, incluindo o WhatsApp, causam transtornos e até mortes. Em 2016, Ana Moura teve que mudar de cidade para fugir de um boato que surgiu no Facebook. A história dizia que ela tinha HIV e que pretendia “passar pra todo mundo”. "Na minha cidade não tinha como ficar. Não podia nem sair de casa. Resolvi mudar", disse ela ao G1.

O caso mais trágico foi a de Fabiane Maria de Jesus, moradora do Guarujá. Uma página do Facebook compartilhou a foto dela a acusando de sequestrar crianças. Ela foi amarrada e espancada por moradores da região. Acabou morrendo por conta de um boato compartilhado no Facebook.

Tanto na esfera internacional como a pessoal, as notícias falsas e os boatos afetam a vida e o cotidiano de todos. Podem influenciar opiniões políticas e causar mortes. Não é um fenômeno comunicacional novo, mas se apresentou em uma nova roupagem nos últimos anos e com a facilidade de divulgação das redes sociais, acabou tomando novas proporções.

Dados os contextos em três situações muito distintas ao redor do mundo e as reais influências da desinformação e das notícias falsas na vida das pessoas, pode-se dizer que é um fenômeno mundial. A importância desse trabalho é trazer para o contexto brasileiro um conhecimento maior sobre o fenômeno, que ainda é muito novo tendo seu alcance e suas consequências ainda desconhecidos.

Esse trabalho se justifica pelo alcance global do fenômeno e também pelo desconhecimento de suas consequências para a sociedade. No contexto brasileiro, essa situação se agrava por conta

da proximidade com as eleições de 2018 e com o atual clima de polarização política do país.

2.1.3.1 Folha de S. Paulo e Facebook

No dia oito de fevereiro de 2018, o jornal Folha de S. Paulo, o de maior circulação do país, decidiu parar de publicar em sua página no Facebook. De acordo com artigo publicado no próprio jornal, a decisão se deu por diversas razões, entre elas a decisão do Facebook de “diminuir a visibilidade do jornalismo profissional nas páginas de seus usuários” .

O artigo afirma que essa decisão reforça a tendência de formação de bolhas e ajuda na propagação das *fake news*. Além disso, o jornal dá outras explicações para a decisão, como a queda de acessos provenientes da rede social, de 39% em janeiro de 2017 para 24% em dezembro do mesmo ano.

Essa questão representa bem o conflito entre as *fake news*, a imprensa alternativa, a tradicional e as redes sociais. A Folha passou a considerar que o Facebook não é um ambiente saudável para o seu conteúdo por ter de competir e ser apresentado ao usuário da mesma forma que uma possível notícia falsa. No artigo em que a decisão foi publicada, o jornal diz “A decisão é reflexo de discussões internas sobre os melhores caminhos para fazer com que o conteúdo do jornal chegue aos seus leitores”.

Em estudo publicado na própria Folha no mesmo dia, comparando números nas redes sociais entre empresas de “jornalismo profissional” e páginas de “*fake news*”, as páginas tiveram um aumento de interação de 61,6% entre outubro de 2017 e janeiro deste ano. Já as de jornalismo profissional viram uma redução de 17% no mesmo período.

Novamente, o jornal evidencia a mudança no algoritmo do Facebook para justificar sua saída da rede social. A queda da acessos provenientes da rede em conjunto com a grande diferença no número de interações entre páginas de “*fake news*” e “jornalismo profissional” foram as razões para que isso acontecesse.

2.2 Conceitos

No que diz respeito aos conceitos, as *fake news* dialogam com termos antigos relacionados à desinformação, como os boatos. Forma, conteúdo e maneira de circular podem ser relacionados e aproximados com eles, que circulavam na rede mesmo antes da discussão sobre as notícias falsas aflorar. Ainda assim, as *fake news* tem características próprias que vamos abordar neste capítulo.

“... informação que imita a forma da notícia, mas não no processo organizacional ou propósito - por exemplo, faltando normas editoriais e processos que selecionam o verdadeiro em detrimento do falso. Notícias falsas são um sub-gênero de uma categoria mais ampla de desinformação - de informações incorretas sobre o estado do mundo.” (LAZER apud PENYCOOK, RAND, 2017, p. 3. Tradução nossa³)

Alguns autores definem as *fake news* como uma informação que se “camufla” de notícia real com a intenção de enganar os possíveis leitores. Outros, como Allcott e Gentzkow (2017) não se debruçam sobre a intenção de enganar, mas a intenção de ser falsa. Ou seja, uma matéria errada não se encaixaria no conceito.

O conceito usado por Allcott e Gentzkow (2017) fala de matérias que são intencionalmente e verificavelmente falsas e que poderiam enganar leitores. Os autores deixam claro que isso inclui as notícias fabricadas para este propósito. Além disso, também incluem as notícias satíricas (como as feitas pelo Sensacionalista) por também poderem causar desinformação, mesmo que não intencionalmente.

Os estudos sobre a difusão de boatos e sobre as notícias falsas conversam entre si. Zago (2010) definia um boato virtual a partir de sua circulação. “Um boato virtual é uma falsa informação, discutida como verdadeira, que circula de pessoa a pessoa através de ferramentas da Internet. A essência está em sua circulação” (ZAGO, 2010, p. 2).

³ “... information that mimics the output of the news media in form, but not in organizational process or intent—e.g., lacking editorial norms and processes to weed out the untrue in favor of the true. Fake news is thus a subgenre of the broader category of misinformation—of incorrect information about the state of the world”

Esse conceito se aproxima às apresentadas por Allcott e Gentzkow (2017) e Penycook e Rand (2017). A principal diferença entre as duas é a forma como as informações são apresentadas, no caso das *fake news* elas se camuflam, ou simulam, notícias verdadeiras em forma, seguindo o estilo jornalístico. No caso dos boatos, essa forma não precisa ser necessariamente seguida.

Ao observarmos a circulação de boatos, percebemos que eles possuem algumas características em comum: não são datados, são imprecisos, são usados em diversas situações e contextos, não apresentam fontes, aparecem e somem diversas vezes na rede e são compostos por conteúdos com forte apelo emocional, tal como indignação e revolta. (SILVEIRA; SANCHOTENE; LAVARDA, 2017, p. 110)

As *fake news* se diferem dos boatos virtuais também por também sobre um assunto específico que está em discussão no momento. Por exemplo, nas eleições estadunidenses do ano passado, em que grande parte das notícias falsas eram sobre o processo eleitoral ou os candidatos. No caso brasileiro, a questão LGBT e a corrupção são temas bastante vistos nas notícias falsas. Ainda assim os dois guardam semelhanças por serem normalmente de forte conteúdo emocional e não apresentarem fontes.

Tandoc, Lim e Ling (2017) dividiram as *fake news* em seis categorias: fabricação, manipulação de fotos, paródia, propaganda, publicidade e sátira. Segundo os pesquisadores, elas podem ser descritas da seguinte forma:

Quadro 1 – Tipos de notícias falsas, segundo Tandoc, Lim e Ling (2017)

Fabricação	São matérias que não tem base factual, mas são publicadas no estilo jornalístico para dar um ar de legitimidade. Normalmente, a intenção é justamente desinformar. Segundo os autores, esse tipo de <i>fake news</i> entra em narrativas pré-existentes para, com um posicionamento político, fortalecer um certo lado da história
Manipulação de fotos	Alteração de fotos ou vídeos para criar uma narrativa falsa. Desde pequenas alterações em saturação até retirada de pessoas em fotos. Uso de imagens fora de contexto também entram nessa categoria, por exemplo usar imagens de protestos diferentes para ilustrar uma

	determinada manifestação.
Paródia	Usa o formato jornalístico para fazer humor. A comédia é baseada em eventos reais, mas eles usam informações não factuais para fazer rir. Grandes exemplos são o <i>The Onion</i> , nos EUA, e o Sensacionalista, no Brasil
Propaganda	Matérias que são criadas por um ente político com o objetivo de influenciar a opinião pública. O exemplo usado pelos autores é do canal russo <i>Channel One</i> , que já transmitiu matérias falsas para influenciar a percepção do público
Publicidade	Pecas publicitárias que se passam por material jornalístico ou releases que são publicados como notícia. Como exemplo, peças publicitárias no Facebook que parecem ser notícias, mas querem vender algo usando a técnica do <i>clickbait</i>
Sátira	Compartilha características com a paródia. Usado para descrever programas de tv como o <i>The Daily Show</i> , ou, no contexto brasileiro, o Greg News, na HBO. São programas factuais que comentam as notícias de um jeito bem-humorado. Usam o formato dos noticiários tradicionais para entretenimento, normalmente fazendo críticas aos políticos. Segundo Tandoc, Lim e Ling (2017), a classificação desse tipo de programa para <i>fake news</i> está mais relacionado ao formato do que ao conteúdo, dado que as sátiras são baseadas em fatos

Fonte: Produção própria

Concordando com Allcott e Gentzkow (2017) e Pennycook e Rand (2017), Tandoc, Lim e Ling (2017) afirmam que a grande semelhança entre todas essas categorias de *fake news* é como elas tentam se passar por notícias verdadeiras copiando o formato jornalístico.

O comum entre essas definições é como os sites de notícias falsas se apropriaram da aparência dos sites noticiosos reais; do visual; para como os artigos são escritos; até as atribuições das fotos. Notícias falsas se escondem debaixo de um verniz de legitimidade enquanto se apoderam de uma forma de credibilidade ao tentar se parecer com notícias reais. (TANDOC, LIM, LING, 2017, p. 11. Tradução nossa⁴)

⁴ “What is common across these definitions is how fake news appropriates the look and feel of real news; from how websites look; to how articles are written; to how photos include attributions. Fake news hides under a

Explicitadas as diferenças de conceitos do fenômeno, essa pesquisa usará um amálgama dos pensamentos citados. Excluindo as sátiras, paródias, publicidade e propaganda, que não cabem no escopo deste estudo, a estratégia da fabricação e da manipulação de fotos aparecerão na análise final.

Para esta pesquisa, *fake news* é uma informação não factual apresentada em formato jornalístico. Em sua forma de circulação nas redes sociais, se aproxima muito dos boatos virtuais citados por Zago (2010), com boa parte de sua audiência provida pelas redes sociais.

2.2.1 Quem acredita nas Fake News?

Neste capítulo discutimos sobre o papel das tendências políticas e de crença na recepção das *fake news* e também de como o ceticismo entra nessa equação. Além disso, sobre a área psicológica da crença, a tendência de acreditar em informações que reforçam suas posições e o papel dos leitores e produtores partidários no fenômeno.

2.2.2 Tendência da notícia

Termo muito discutido no jornalismo, a possibilidade da imparcialidade na profissão parece já ter sido extinguida dos dicionários dos leitores. O fenômeno do *news bias* descreve a notícia sempre como tendenciosa, não importando o lado da inclinação. Gomes (2016) defende que a tendência não está no produto jornalístico, mas sim na forma de entendimento do consumidor da notícia, que absorve a informação a partir de seus próprios conhecimentos e valores.

Para Gomes (2016), não é necessário que a própria notícia ou produto seja tendencioso, mas que as próprias pessoas “adotem uma inclinação sobre certos assuntos que consideram sensíveis” (GOMES, 2016, p. 11)

(...) tendência da notícia é descrita como boa parte das pessoas acha que os jornais e os seus conteúdos têm, sim, inclinações. Inclinações políticas, ideológicas, religiosas. Inclinação pode ainda ser uma palavra neutra, uma vez que diz respeito apenas às preferências adotadas no nível dos valores: na verdade, as pessoas tendem a qualificar essas inclinações como distorções. O

sentimento mais difuso, portanto, é que os meios de comunicação sejam, na verdade, tendenciosos. (GOMES, 2016, p. 8)

Em adendo à teoria apresentada por Gomes, um experimento realizado por Eveland e Shah (2003) conclui que as orientações políticas e as redes sociais dos indivíduos são parte significativa do que molda a percepção do *news bias*. Ou seja, os valores e princípios pessoais influenciam muito como o leitor diferencia uma informação parcial de uma imparcial.

Pessoas que frequentemente discutem política com outros que compartilham a mesma visão provavelmente têm padrões distorcidos sobre o que forma um conteúdo midiático sem tendência. Isso pode ocorrer por conta de uma variedade de motivos, o mais provável é a acessibilidade crônica a julgamentos fáceis sobre cobertura midiática sobre política. (EVELAND, SHAH, 2003, p.13. Tradução nossa⁵)

Essa questão também atinge no que os leitores consideram como verdadeiro ou falso, obviamente dependendo de outras variáveis, como reconhecimento do veículo, local onde a notícia foi lida etc. Segundo Gomes (2016), o sentimento de tendenciosidade de uma matéria está ligado à crença de que algo na matéria está errado, seja enquadramento, interpretação, quadro moral ou premissas.

2.2.3 *Partidários*

Denominados como *partisans*, os partidários são consumidores que tem uma posição forte sobre certo tópico, seja ele político, social ou até esportivo. Como todas as outras pessoas, esses leitores consomem o noticiário a partir de um ponto vista, formado por um sistema de valores. Estes têm uma tendência maior em acreditar em matérias que apoiam suas posições e, conseqüentemente, desacreditar de notícias que apresentam posições contrárias.

Mas pessoas altamente envolvidas com um certo assunto também são mais propensas de ter uma posição mais firme sobre o problema, uma posição mais polarizada. Mais conhecimento anterior sobre o assunto, mais expertise auto-percebida, mais experiência com pensar e discutir sobre o assunto e interesse pessoal mais intenso sobre o assunto. (GUNTHER, 1992, p. 151. Tradução nossa⁶)

⁵ “People who frequently discuss politics with others who share their views likely have distorted standards of what constitutes unbiased media content. This may occur for a variety of reasons, the most likely of which is the chronic accessibility of certain judgmental heuristics concerning press coverage of politics”

⁶ “But people who are highly involved with an issue are also likely to have a more fixed or firmly held position on the issue, a more polarized position on the issue, more prior knowledge about the issue, more self-perceived

Gunther (1992) explica que as posições mais fortes se dão por um conhecimento anterior do assunto e também por mais experiências no debate e no pensamento sobre determinada discussão. Essas questões acabam dificultando que posições contrárias mostradas pela mídia sejam reconhecidas como corretas. Gunther (1992) defende que a credibilidade da mídia é uma característica do receptor da informação e não uma característica da fonte.

De um lado, educação deve aumentar a habilidade das pessoas de discernir fato de ficção. De outro lado, na presença de motivação, educação pode dar melhores ferramentas para as pessoas contra argumentarem informação incongruente. (ALLCOTT, GENTZKNOW, 2017, p. 17. Tradução nossa⁷)

No experimento realizado por Gunther (1992), pessoas mais identificadas com certo grupo são significativamente mais propensas a achar que a mídia faz uma cobertura desfavorável ao próprio grupo. Gomes (2016) diz que o leitor considera tendenciosa uma notícia que se apresenta com uma opinião ou inclinação contrária ao que julgamos correto.

Novamente, o estudo e as definições das *fake news* se misturam com a da difusão de boatos nas redes. Em um estudo bem anterior a discussão das notícias falsas, pesquisadores já se debruçaram sobre como as informações falsas, ou boatos, circulavam nas redes. Renard (2007) afirmava, por exemplo, que boatos que revelavam perigos em novos produtos eram acolhidos por movimentos de defesa dos consumidores, assim como “lendas de acidentes de trabalho são exploradas pelos sindicatos dos trabalhadores”.

O estudo da difusão dos boatos destaca, igualmente, as redes, os líderes de opinião, as minorias militantes que desempenham um papel ativo na legitimação e na retransmissão dos boatos. Não se adere aos boatos por falta de instrução ou por irracionalidade, mas porque estas narrativas confortam as opiniões e as atitudes, às vezes muito racionais (RENARD, 2007, p. 99)

Allcott e Gentzkow (2017) realizaram um estudo sobre as *fake news* no cenário norte-americano do ano passado, após a eleição de Donald Trump. Os pesquisadores descobriram que democratas e republicanos têm 15% mais chance de acreditar em notícias que são favoráveis ao seu próprio lado.

expertise on the issue, more experience with thinking, discussing, or arguing about the issue, and more intense personal interest in the issue”

⁷ “On the one hand, education should increase people’s ability to discern fact from fiction. On the other hand, in the presence of motivated reasoning, education gives people better tools to counterargue against incongruent information.”

“A inclinação voluntária e intencional (bias) conduz fatalmente ao favorecimento de uma perspectiva ou interesse social e político e, por conseguinte, ao desfavorecimento de toda perspectiva ou interesse contrário; ao adotar um dos lados, os conteúdos dos meios de comunicação se tornariam adversários de todos os outros: daí a ideia de que os meios de comunicação são hostis”. (GOMES, 2016, p. 25)

Por um lado, os partidários tendem a acreditar mais em informações que confirmem sua própria visão ao mesmo tempo em que pensam que a cobertura midiática é desfavorável ao seu próprio grupo. De outro, também levam a se tornarem mais céticos e resistentes a conteúdos contrários (GUNTHER, 1992).

2.2.4 Ceticismo e análise

Familiaridade com o assunto, análise e ceticismo são relacionadas com a crença e não com as notícias falsas, de acordo com Penycook e Rand (2017). Em um experimento, eles chegaram à conclusão que a tendência em pensar de forma cética e analítica é um determinante significativa na possibilidade de acreditar ou não em fake news.

(...) indivíduos que têm mais disposição de pensar analiticamente quando dados um grupo de questões de raciocínio (por exemplo, duas versões do teste cognitivo de reflexão) são menos propensos a errar ao distinguir notícias falsas (PENYCOOK, RAND, 2017, p. 32. Tradução nossa⁸)

Os resultados mostraram que pessoas com o pensamento mais analítico, que pararam para pensar duas vezes, conseguiram distinguir as notícias falsas das verdadeiras. Uma ressalva feita pelos pesquisadores é de que, por terem explicitamente pedido aos participantes para diferenciar as *fake news* das notícias verdadeiras, eles possam ter pensado de forma diferente do que o normal. Isso é, tiveram a disposição de pensar analiticamente.

Essa falta de disposição pode vir, além das teorias apresentadas por Gunther (1992) e Gomes (2016), da falta de preocupação com a verdade, como propõe o estudo. “Manchetes de notícias falsas não consistem em frases aleatórios e certamente não se apoiam em *buzzwords* abstratas, mas notícias falsas surgem (pelo menos em parte) de uma falta de preocupação com a verdade.”

⁸ “individuals who are more willing to think analytically when given a set of reasoning problems (i.e., two versions of the Cognitive Reflection Test) are less likely to erroneously think that fake news is accurate”

(PENYCOOK, RAND, 2017. p. 35. Tradução nossa⁹.)”.

Muitas vezes esses fatores de predisposições e crença influenciam mais no entendimento da notícia do que as próprias decisões editoriais dos jornais. O conjunto ideológico do consumidor influencia no modo como ele entende a notícia e, em um mundo em que as notícias falsas são apresentadas do mesmo jeito do que as notícias verdadeiras, na linha do tempo do Facebook, por exemplo, a distinção do que é verdade e do que é mentira fica ainda mais difícil.

2.2.5 Redes sociais

No contexto norte-americano, a maior parte dos acessos aos sites de *fake news* vêm diretamente das redes sociais (ALLCOTT, GENTZKOW, 2017), diferentemente dos veículos tradicionais, que têm a maior parte de sua audiência vinda por visitas diretas. Segundo Silverman (2016), as *fake news* mais compartilhadas no Facebook em 2016 tiveram mais compartilhamentos do que as notícias verdadeiras mais divulgadas.

Para os maiores sites noticiosos, acessos das mídias sociais representam apenas 10% do tráfego. Em contraste, sites de notícias falsas se apoiam nas mídias sociais para uma parcela muito maior do tráfego. Isso demonstra a importância das mídias sociais como provedoras de notícias falsas (ALLCOTT, GENTZKOW, 2017, p. 13. Tradução nossa¹⁰)

Infelizmente, não foram encontradas muitas publicações sobre notícias falsas no Brasil, inclusive as relacionando com redes sociais. Por isso, muitas pesquisas incluídas neste trabalho tratam do cenário norte-americano. As devidas diferenças de acesso à internet e uso das redes sociais são explicitadas abaixo.

2.2.5.1 Uso das redes sociais

No Brasil, segundo o PNAD (2016), 62% dos moradores em domicílios particulares no Brasil utilizam a internet. Nos EUA, de acordo com pesquisa do Pew Research Center, a porcentagem

⁹ “Fake news headlines do not consist of random sentences and certainly do not rely on abstract buzzwords, but fake news nonetheless does arise (at least in part) from a lack of concern or regard for the truth. “

¹⁰ “For the top news sites, social media referrals represent only about 10 percent of total traffic. By contrast, fake news websites rely on social media for a much higher share of their traffic. This demonstrates the importance of social media for fake news providers“

de pessoas que utilizaram a internet no mesmo ano era de 88%. Número que subiu para 89% no ano de 2018. São 26% de diferença que devem ser levados em conta na análise do fenômeno das *fake news*.

De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia (2016), 26% da população usa a internet como meio primário para se informar, só perdendo para a televisão (63%). Em adição a esse dado, a mesma pesquisa mostra que o acesso à internet é primariamente feito pelo telefone celular (72%), seguindo distantemente pelo computador (25%).

Dentro desse público incluído digitalmente, 66% da população no Brasil usa as redes sociais como fonte de notícia, segundo o Reuters Institute Digital News Report 2017. Outro número que se destaca neste estudo é o de pessoas que usam o WhatsApp como fonte para notícias, que chega a 46%.

2.2.5.2 Credibilidade das redes sociais

A informação de que 66% dos entrevistados usa as redes sociais como fonte de notícia (REUTERS, 2017) exemplifica a mudança de paradigma que está em curso nos últimos anos. Aos poucos, a maneira de consumo jornalístico vai mudando dos jornais tradicionais para as redes sociais.

Segundo o mesmo estudo, 60% das pessoas entrevistadas confiam nas notícias em geral. O mesmo percentual também acredita em notícias que eles usam (*news i use*). Esses números são considerados altos pelos pesquisadores. Essa confiança também varia de acordo com as redes sociais, sendo 57% para Facebook, 46% para WhatsApp, 36% para YouTube, 12% para Instagram e 12% para Twitter.

Essa credibilidade é formada pelo capital social, segundo Recuero (2009). As motivações dos usuários para compartilhar conteúdos passa pelo que esse conteúdo pode agregar ao seu capital social. Esse atores podem ser particulares ou páginas, no caso do Facebook.

(...) as pessoas têm motivações para difundir ou não difundir determinadas informações, razões essas que são diretamente relacionadas com sua

percepção de capital social gerados. Assim, nem sempre as informações são circuladas pelos atores com foco no bem comum ou no conhecimento coletivo, mas em perspectivas de ganho puramente pessoal. (RECUERO, 2009, p. 12)

No contexto jornalístico, o bem comum seria a informação correta, apurada e confiável. Já para o ganho pessoal, notícias caça cliques, manchetes que esquentam a matéria e, em alguns casos, as notícias falsas.

As próprias características inatas das redes sociais, um ambiente em que todos podem produzir ou compartilhar conteúdo quase instantaneamente, fazem com que elas se tornem um ambiente propício para a circulação de informações não verificadas.

Tem-se, portanto, internet como um meio de comunicação de alcance global, sobre um suporte tecnológico que permite livre navegação de pessoas, inclusive sob anonimato, a publicação facilitada e o acesso restrito a seu conteúdo multimídia. Além de as características da rede possibilitarem a rápida disseminação de qualquer conteúdo no ciberespaço, ambientes de produção coletiva fortalecem o processo de formação de redes sociais e a troca de informação. (REULE, 2008, p. 49)

Para o consumidor de notícias das redes sociais, o capital social do seu círculo de relacionamentos é cada vez mais influente no tipo de conteúdo que ele absorve. Por questão dos algoritmos, que tendem a mostrar conteúdos que você ou seus amigos gostam, ou mesmo escolha do usuário, os filtros da bolha atuam fortemente neste sentido.

Como cidadãos modernos, eles não confiam na imprensa tradicional, mas se mantêm informados sobre pessoas ou assuntos que lhes importam via práticas alternativas de consumo de mídia, se baseando muito em comunicações em rede facilitadas pelas novas tecnologias (MARCHI, 2012, p. 258. Tradução nossa¹¹)

Mesmo antes das *fake news* entrarem no debate público, esse fenômeno já chamava a atenção. Em estudo sobre o uso de redes sociais por jovens, Marchi (2012) já concluía que a credibilidade dos veículos tradicionais caíam e meios alternativos de consumo, como as redes baseadas nos amigos, aumentavam sua capacidade de influência.

¹¹ “As Actualizing Citizens, they mistrusted mainstream news but stayed informed about people and issues they cared about via alternative news consumption practices, relying heavily on communication networks facilitated by new technologies”

Outro fator que deve ser levado em conta é a forma como o conteúdo chega ao usuário. Nas redes sociais, são amigos ou páginas que você confia que compartilham as informações, assim as emprestando a credibilidade e confiança.

Receber informação de fontes socialmente próximas pode ajudar a legitimar a veracidade da informação que é compartilhada nas redes sociais. No entanto, raramente verificam as informações que compartilham. (TANDOC; LIM; LING, 2017, p. 3. Tradução nossa¹²)

Essa situação contribui para a formação de bolhas de informação, Parisier (2012) explica que as redes sociais examinam o que gostamos, com quem nos relacionamos e o que as pessoas com quem nos relacionamos gostam e criam filtros. A partir dessas informações, eles extrapolam e tentam prever que tipo de conteúdo gostaríamos de ver.

São mecanismos de previsão que criam e refinam constantemente uma teoria sobre quem somos e sobre o que vamos fazer ou desejar a seguir. Juntos, esses mecanismos criam um universo de informações exclusivo para cada um de nós - o que passei a chamar de bolha de filtros - que altera fundamentalmente o modo como nos deparamos com ideias e informações. (PARISIER, 2012, l. 136)

Em um estudo brasileiro, Martinuzo e Rezende (2014) se debruçaram sobre a dinâmica de influência no Facebook. Os pesquisadores dizem que 99% dos entrevistados acreditam que a rede influencia a opinião de terceiros, quando apenas 74% assumem ter sido influenciados em algum momento.

Esse resultado reflete, além da capacidade de influência do Facebook, outro fenômeno relacionado à credibilidade e crença. O *third person effect*, estudado por Gomes (2016). Esse “efeito na terceira pessoa” descreve que pessoas tendem a acreditar que a mídia tem mais efeito sobre outras do que sobre si mesma. Isso acarreta em maiores preocupações sobre as tendências de opinião midiáticas, principalmente por partidários.

Ainda no estudo de Martinuzo e Rezende (2014), cerca de 78% dos entrevistados já mudaram de opinião por causa das redes sociais e 90% utilizam para formar opinião. Ou seja, em um cenário de perda de credibilidade da imprensa tradicional, as redes sociais digitais ganham ainda

¹² “Receiving information from socially proximate sources can help to legitimate the veracity of information that is shared on social networks. However, users seldom verify the information that they share”

mais espaço de influência.

2.2.5.3 Difusão de notícias falsas no Twitter

Estudando 126 mil matérias no período de 2006 até 2017 e checando quais eram verdadeiras e quais eram falsas, os pesquisadores verificaram que informações falsas se espalham mais facilmente do que verdadeiras no Twitter. (VOUSOUGUI; ROY; ARAL, 2018). Essa descoberta corrobora muitas das questões abordadas nesta pesquisa, como a formação de bolhas (PARISIER, 2012) e a tendência de acreditar (GOMES, 2016).

Outros fatos relevantes saíram desta extensa pesquisa, como o crescimento de boatos políticos durante as eleições presidenciais estadunidenses de 2012 e 2016 (VOUSOUGUI; ROY; ARAL, 2018). Um cenário que normalmente é afetado por uma maior polarização política, um dos fatores para o crescimento da difusão de desinformação, como dito em Ribeiro (2017).

Falsidade também alcançou muito mais pessoas que a verdade. Enquanto a verdade raramente se difundia para mais de 1000 pessoas, o 1% das notícias mais difundidas foram compartilhadas para 1000 a 100.000 pessoas. (VOUSOUGUI; ROY; ARAL, 2018, p. 3. Tradução nossa¹³)

Esse novo achado da pesquisa também dialoga com Silverman (2016), em que as 20 notícias falsas mais compartilhadas tiveram mais alcance do que as 20 notícias verdadeiras mais compartilhadas. De acordo com a pesquisa, a falsidade se difunde mais, mais rapidamente, mais profundamente e mais amplamente do que a verdade e os efeitos são ainda maiores em informações falsas sobre política (VOUSOUGUI; ROY; ARAL, 2018).

¹³ Falsehood also reached far more people than the truth. Whereas the truth rarely diffused to more than 1000 people, the top 1% of false-news cascades routinely diffused to between 1000 and 100,000 people

3 IMPRENSA ALTERNATIVA, REDES SOCIAIS E NOTÍCIAS FALSAS

A perda de credibilidade da imprensa tradicional colabora para o crescimento da influência da alternativa. Ao concorrer no mesmo espaço, as linhas do tempo das redes sociais, a imprensa alternativa tem a possibilidade de ter o mesmo alcance que a imprensa tradicional pela primeira vez.

De acordo com relatório da FGV (2017), há uma mudança no cenário de confiabilidade midiática nos últimos anos. Segundo o relatório, apenas 35% dos entrevistados confiam na imprensa escrita, 30% nas emissoras de TV e 37% nas redes sociais.

Esses números contribuem para a tese de que a mídia tradicional vem perdendo espaço na construção da agenda midiática. De 43% de confiança em 2014, a imprensa escrita caiu para 35% em 2017. Já as emissoras de TV caíram de 33% para 30% no mesmo período. De acordo com Tavares (2017), essa perda da hegemonia do jornalismo tradicional se dá por três crises: a da tecnologia, das instituições e das perdas dos valores jornalísticos como distinção da notícia.

Tavares (2017) explica que a *home* dos sites noticiosos acaba perdendo a função porque a notícia se desprende dos conceito de hierarquia do valor notícia ao serem compartilhadas nas redes sociais independentemente. Os usuários ganharam autonomia para ler o que quiserem e interagirem com a notícia.

Além disso, os próprios usuários agora têm as mesmas ferramentas de divulgação e produção disponíveis para jornalistas profissionais. Os jornais não conseguem mais atuar como *gatekeepers*, função atualmente exercida também por atores não-jornalísticos, como o Google e o Facebook (TAVARES, 2017).

Os cidadãos são cada vez mais capazes de contornar a produção tradicional e divulgação do jornalismo, além de poderem produzir informações para si próprios, e assim, em certo sentido, "eliminar o intermediário" do jornalismo. (TAVARES, 2017, p. 10)

A segunda crise é a das instituições, que conversa bastante com a terceira crise, da perda da centralidade dos valores jornalísticos. A credibilidade jornalística é baseada nos modos de produção da notícia, que procuram sempre a imparcialidade e objetividade. Tavares (2017) diz

que esses modos de produção são indiferentes para o público, já que em um contexto de redes sociais, notícias verdadeiras e notícias falsas se apresentam no mesmo ambiente, com praticamente o mesmo formato e a “falta de conhecimento sobre a fonte da matéria parece não ser empecilho para que os usuários compartilhem e tomem aquilo como verdade” (TAVARES, 2017, p. 15).

Atualmente, o espaço midiático não é mais monopólio dos jornais, já que qualquer agente pode estar no mesmo local e ter o mesmo alcance que grandes instituições. Essa situação também contribui para a reconfiguração do espaço midiático. Como dito por Tavares (2017) todos os tipos de conteúdo e mídia estão no mesmo lugar. A democracia do fazer jornalístico se apresenta ao máximo neste momento.

A internet, ao inverter a lógica de produção centrada num emissor e dirigida a muitos (um/todos) para aquela em que todos podem se tornar emissores e serem lidos, vistos ou ouvidos por todos (todos/todos), amplia as possibilidades comunicativas e de participação social. a facilidade com que cada cidadão pode se tornar “jornalista” é incomparável a de períodos anteriores. A construção de blogs e websites é cada vez mais acessível (PERUZZO, 2009, p. 9)

Todo o ambiente midiático está em mudança. Além da perda de hegemonia do jornalismo tradicionais, as redes sociais permitiram que grupos sociais ou políticos, assim como usuários individuais, tivessem a possibilidade de atingir um público muito maior do que o possível antigamente, por meio de mídia impressa, por exemplo.

Todo esse cenário é positivo para a disseminação das *fake news* porque, segundo Amazeen, Guo e Vargo (2017), o poder de agendamento das notícias falsas na mídia tradicional vem diminuindo com o tempo. Apesar disso, ela vem ganhando mais autonomia, ou seja, não precisa mais agendar os grandes veículos para se tornar uma informação influenciadora.

3.1 Mudança do perfil da imprensa alternativa

De acordo com Peruzzo (2009), historicamente a imprensa alternativa tem uma posição ideológica identificada com “setores subalternos da população organizados com vistas a obter respostas para suas demandas ligadas às carências sociais e econômicas advindas das desigualdades sociais”. Esse tipo de mídia pode ser identificada em movimentos sociais,

sindicatos etc.

Para Peruzzo (2006), a imprensa alternativa se caracteriza por ser um espaço de participação democrática do “povo”, em que movimentos populares podem externalizar suas posições. Na maioria das vezes, essas posições se diferem das apresentadas pela grande mídia.

Em síntese, a comunicação popular e alternativa se caracteriza como expressão das lutas populares por melhores condições de vida que ocorrem a partir dos movimentos populares e representam um espaço para participação democrática do “povo”. Possui conteúdo crítico-emancipador e reivindicativo e tem o “povo” como protagonista principal, o que a torna um processo democrático e educativo. É um instrumento político das classes subalternas para externar sua concepção de mundo, seu anseio e compromisso na construção de uma sociedade igualitária e socialmente justa. (PERUZZO, 2006, p. 4)

Peruzzo (2006) ainda diz que a imprensa alternativa é uma forma de expressão dos segmentos excluídos da população e a sua criação é uma forma de suprir “necessidades de sobrevivência e de participação política”.

(...) o que caracteriza o jornal como alternativo é o fato de representar uma opção enquanto fonte de informação, pelo conteúdo que oferece e pelo tipo de abordagem. (PERUZZO, 2006, p. 8)

Esse conceito apresentado por Peruzzo (2006) conversa com a apresentada por Dornelles (2007), de que a imprensa alternativa se define por ser uma contraposição à imprensa tradicional. Uma alternativa aos grandes jornais, “que pratica um jornalismo à margem da chamada imprensa convencional” (DORNELLES, 2007, p. 15).

Caparelli (1986) concorda com o conceito ao dizer que o “alter” significa outro caminho, “os que se desviam de um caminho inicial, no caso, a imprensa tradicional”. O autor também diferencia a imprensa alternativa do ponto de vista do produtor e do leitor, os colocando como insatisfeitos com o mercado tradicional de notícias.

Aqui, alternativa poderia ser do ponto de vista do produtor, que, não contente com a imprensa tradicional, se propõe elaborar ele mesmo seu produto. Ou do leitor, que no mercado capitalista das idéias, tem opção a uma maior diversidade de conteúdos, fugindo ao monopólio dos grandes grupos (CAPARELLI, 1986, p. 45)

A imprensa alternativa caracterizada como ligada a movimentos populares e historicamente de esquerda mudou nos últimos anos. Com o crescimento das redes sociais, outros grupos políticos começaram a criar seus próprios veículos, seja em blogs ou páginas de Facebook. Muitas vezes esses grupos são ligados com pautas da direita ou do anti-petismo.

Desde as manifestações de 2013, movimentos sociais identificados com a direita vêm ganhando espaço no debate político. Grupos como o MBL e o Vem pra rua têm grande força nas redes sociais, com 2.5mi de curtidas e 1.6mi de curtidas, respectivamente. Com um grande alcance, eles ocuparam um lugar que não existia anteriormente, repercutindo e compartilhando matérias e informações concernentes às pautas defendidas por esses grupos.

Esses movimentos também se caracterizam pela descrença na mídia tradicional, como exemplificado no caso da repórter da Folha de S. Paulo que foi barrada de um evento do MBL na capital paulista em novembro de 2017. De acordo com reportagem publicada no próprio jornal, integrantes do grupo teriam dito à repórter que “o povo ficou chateado” com uma matéria publicada no dia anterior sobre o próprio evento.

Em outra caracterização desse tipo de mídia, Pablo Ortellado, criador da página do Monitor do debate político no meio digital, utiliza outros termos para também tratar da mídia alternativa. Além da classificação de direita e esquerda, o pesquisador caracteriza algumas páginas de Facebook como anti-PT e outras como anti-anti-PT, um reflexo da radicalização do debate político.

3.2 Poder de agendamento

3.2.1 Agendamento da imprensa tradicional

O agendamento das *fake news* na imprensa tradicional fica cada vez menor ao longo do tempo (Amazeen, Guo, Vargo, 2017). Os processos jornalísticos e mesmo o grande debate público sobre a desinformação que aconteceu e está acontecendo ajudaram a reduzir a influência das notícias falsas nos veículos tradicionais.

(...) imprensa das notícias falsas não parece estar ganhando poder de agendamento no cenário midiático inteiro (de 64 em 2014 para 61 em 2016). Esse achado se mantém apesar o aumento de atenção que a imprensa alternativa deu as notícias falsas em 2016. Isso sugere que quando a imprensa alternativa se conecta mais com as notícias falsas, imprensas não alternativas começaram a se desconectar.” (AMAZEEN, GUO, VARGO, 2017, p. 15. Tradução nossa¹⁴)

Isso não quer dizer que o debate sobre as notícias falsas não tenham influenciado a mídia de modo geral. Por exemplo, veículos noticiosos já tradicionais na internet brasileira, como o UOL e o G1, criaram editorias específicas de *fact-checking*. Além disso, agências independentes, como a Lupa, a Truco e Aos Fatos ganharam destaque no ambiente midiático.

O assunto também acaba pautando discussões a níveis nacionais e eleitorais, no mês de fevereiro, o ministro do Supremo Tribunal Federal (STF) e presidente do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) , Luiz Fux, disse que combaterá as *fake news*, mas sem "tolher a liberdade de expressão e de informação legítima do eleitor".

Essa situação explicita a situação explicada por Tavares (2017), de que o jornalismo não é mais intermediário das informações. As *fake news* tem uma agenda mais autônoma (Amazeen, Guo, Vargo, 2017) e consegue influenciar o debate público sem necessariamente precisar ser repercutida pela imprensa tradicional.

3.2.2 Agendamento da imprensa alternativa

Contrário ao que acontece na imprensa tradicional, a alternativa tende a sofrer mais influência das *fake news* (Amazeen, Guo e Vargo, 2017). Isso se dá por um conjunto de fatores. Primeiramente, esse tipo de imprensa se caracteriza por defender claramente algum tipo de visão ideológica ou política. Seriam os *partisan media* no contexto norte-americano.

Ao mesmo tempo que sites expandem em resposta a cobertura midiática, pesquisas também podem aumentar enquanto indivíduos reconhecem as informações. Transmissão e pontos de controle, reconhecidos como atores focais, desenvolvem com o tempo e provêm uma fonte permanente de reforço e polarização para públicos mais atentos ligados no processo de

¹⁴ “Thankfully, fake news media do not appear to be gaining agenda-setting power across the entire mediascape (from 64 in 2014 down to 61 in 2016). This finding stands despite the increased attention partisan media gave to fake news in 2016. This suggests that just as partisan media tuned in more to fake news, other nonpartisan media began to tune out”

Gomes (2016) diz que partidários tendem a acreditar em informações que reforcem suas posições e como os veículos alternativos não são caracterizados, como a imprensa tradicional, pela objetividade e pela isenção, podem ser mais suscetíveis à desinformação.

Amazeen, Guo e Vargo (2017) levantam a hipótese de que os *partisan media* poderiam usar as *fake news* não apenas para apoiar suas afirmações, mas para aumentar o *buzz* na internet sobre determinado assunto e, assim, aumentar e talvez agendar uma discussão.

Nossa análise revela que a imprensa *partisan* está ligada intrinsecamente com notícias falsas. De um lado, as notícias falsas são particularmente responsivas a agenda da mídia *partisan* em muitos assuntos. Por todos os três anos estudados, notícias falsas parecem receber dicas da mídia *partisan* em assuntos relacionados com economia, educação, meio ambiente, relações internacionais, religião, impostos e desemprego. (AMAZEEN, GUO, VARGO, 2017, p. 16. Tradução nossa¹⁶)

Apesar de não agendarem a imprensa tradicional, as *fake news* conseguiram influenciar quais assuntos e de que forma foram discutidos em 2014, 2015 e 2016. A questão do poder de agendamento não é só resultado dessa reconfiguração midiática, mas de fatores externos também, como a polarização política e a disposição de acreditar das pessoas.

O crescimento dos sites da imprensa alternativa em conjunto com um maior alcance e poder de persuasão das redes sociais ajudam a criar um ambiente propício para as *fake news*. Notícias falsas que passam a ser compartilhadas dentro de grupos com maior propensão de acreditar em informações que confirmem sua posição, mesmo que erradas.

¹⁵ “As websites expand in response to media coverage, searches may also increase as individuals become acquainted with the claim. Transmission and control hubs, recognizable as focal actors, develop over time and provide a permanent source of reinforcement and polarization for more attentive publics attuned to the process of viral contagion online”

¹⁶ “Our analysis here also reveals that partisan media are intricately entwined with fake news. On one hand, fake news is particularly responsive to the agendas of partisan media across many issues. For all 3 years studied here, fake news seemed to take cues from the partisan media when it came to stories that mentioned the economy, education, environment, international relations, religion, taxes, and unemployment”

3.3 Ambiente para proliferação

3.3.1 Bolhas de informação

Como vimos rapidamente no capítulo sobre redes sociais, esses sites tendem a criar bolhas de informação ao redor do usuário. A partir das suas preferências, rede de amizades e escolha dentro da web, Parisier (2012) o algoritmo tenta prever que tipo de conteúdo cada usuário vai gostar de consumir.

Essas bolhas de informação, ou filtros de bolha, como denominado por Parisier (2012), acabam excluindo conteúdos e informações que supostamente não nos interessam ou não nós fazem bem. Esse fechamento de informações acaba limitando a construção de ver o mundo de cada indivíduo, que passa a ter menos contato com ideias diferentes ou informações que desafiam sua posição.

Quando deixados por conta própria, os filtros de personalização servem como uma espécie de autopropaganda invisível, doutrinando-nos com as nossas próprias ideias, amplificando nosso desejo por coisas conhecidas e nos deixando alheios aos perigos ocultos no obscuro território do desconhecido (PARISIER, 2012, l. 214)

Essa nova forma de consumir informações engloba outros fatores, como o da construção do capital social dos relacionamentos. Com o anúncio em janeiro de que o Facebook iria priorizar o conteúdo de amigos e família, essa construção ganha importância. A rede de relacionamentos que cada um forma em seu perfil acaba sendo ainda mais priorizada na escolha do tipo de conteúdo que será apresentado nas linhas do tempo.

Recuero (2009) diz que o ganho de capital social para um determinado ator está diretamente relacionado a relevância da informação para um grupo. Um fechamento ainda maior dos círculos sociais no Facebook, por exemplo, aumenta a importância dos atores individuais e tira a dos veículos de imprensa.

O conteúdo personalizado se destaca em relação ao conteúdo geral. Um paralelo com o jornalismo tradicional pode ser feito com a imagem da primeira página de um jornal impresso. A primeira página mostra os assuntos mais importantes do dia de acordo com certa linha

editorial. Nessa situação, mesmo que o leitor não queira saber sobre a guerra na Síria, por exemplo, acaba pelo menos tendo uma noção superficial do que está acontecendo.

Nas linhas do tempo personalizadas, conteúdo apresentado que se encaixa com as ideias do usuário é priorizado. Essas “passadas de vista” não existem mais. Ao mesmo tempo que o usuário pode ser muito informado sobre um assunto de sua preferência, pode ficar completamente deslocado de outro. Parisier (2012) compara essa situação a de um cavalo que, vestido de antolhos, só pode olhar em uma direção.

Os filtros personalizados podem prejudicar de duas maneiras esse equilíbrio cognitivo entre o fortalecimento de nossas ideias existentes e a aquisição de novas ideias. Em primeiro lugar, a bolha dos filtros nos cerca de ideias com as quais já estamos familiarizados (e com as quais já concordamos), dando-nos confiança excessiva em nossa estrutura mental. Em segundo lugar, os filtros removem de nosso ambiente alguns dos principais fatores que nos incentivam a querer aprender (PARISIER, 2012, l. 1128)

Rojecki e Meraz (2014) e Allcott e Gentzkow (2017) afirmam que essa situação de bolhas nos sites de redes sociais tendem a fazer com que pessoas leiam e compartilhem informações alinhadas ideologicamente com seu pensamento, especialmente entre adolescentes.

Nossa pesquisa também revela que redes de *clusters* da imprensa alternativa facilitam o compartilhamento viral das informações *partisan* entre o público que seletivamente consome informação baseada em suas ideologias e perspectivas. (ROJECKI, MERAZ, 2014, p. 38. Tradução nossa¹⁷)

Mesmo antes da criação do Facebook ou Twitter, os leitores já tendiam a escolher jornais, canais de TV ou revistas que fossem do mesmo viés ideológico que eles. Parisier (2012) diz que a grande mudança nesse sentido é de quê agora os usuários não fazem essa opção conscientemente. A escolha do que aparece nas linhas do tempo não é um processo ativo, mas sim uma construção dos algoritmos. “(...) não fazemos esse tipo de escolha quando usamos filtros personalizados. Eles vêm até nós - e, por serem a base dos lucros dos sites que os utilizam, será cada vez mais difícil evitá-los” (PARISIER, 2012, l. 152).

¹⁷ “Our study also reveals that partisan network clusters facilitate the viral spread of partisan information among like-minded audiences who can now selectively attend to information based on their ideological beliefs and perspectives”

3.2.2 Polarização política

Tandoc, Lim e Ling (2017) afirmam que o sucesso de histórias fabricadas se baseiam em uma tensão social pré-existente. Quando há mais credibilidade nas instituições ou nas pessoas no poder, as pessoas são menos propensas a aceitar certos tipo de histórias.

Em um ambiente político mundial de muitas mudanças, tensões sociais e disputas eleitorais, a polarização política está acirrada. A eleição de Donald Trump e sua discussão diária com a imprensa exemplificam bem esse momento.

Existe um crescente ecossistema de desinformação online que cospe informações falsas em um ritmo cada vez maior. O sucesso disso depende de dois fatores: a habilidade de causar compartilhamentos em série nas redes sociais e a habilidade de fazer com que a mídia online ajude na propagação, assim, adicionando uma camada de credibilidade que aumenta o tráfego e os compartilhamentos (SILVERMAN, 2015, p. 35. Tradução nossa¹⁸)

O próprio uso do termo *fake news* como uma forma de atacar politicamente uma instituição jornalística é um grande exemplo. Em sua primeira coletiva como Presidente dos EUA, Trump se recusou a responder uma pergunta do repórter da CNN dizendo “*I am not gonna give you a question. You are fake news.*” o que em uma tradução livre ficaria “Eu não vou te deixar perguntar. Você é *fake news*”.

Essa situação exemplifica as questões apresentadas por Gomes (2016) na teoria da mídia hostil. Nesse caso, Trump discorda das posições ou matérias veiculadas pela CNN e os acusa de transmitirem *fake news*. Mesmo a CNN sendo um veículo tradicional de mídia, que como vimos Amazeen, Guo e Vargo (2017), são cada vez menos portadoras desse tipo de notícia, Trump usa o termo para desqualificar o veículo.

Entender a polarização em discussões online e as estruturas sociais induzidas por um debate polarizado é importante porque a polarização de opiniões induz a segregação da sociedade, causando com que pessoas com de diferentes visões fiquem isoladas em ilhas onde todos pensam como eles (RIBEIRO. ET AL, 2017, p. 2. Tradução nossa¹⁹)

¹⁸ “There is a growing online misinformation ecosystem that churns out false information at an increasing pace. Its success often depends on two factors: the ability to cause sharing cascades on social networks and the ability to get online media to assist in the propagation, thereby adding a layer of credibility that further increases traffic and sharing”

¹⁹ “Understanding polarization in online discussions and the social structures induced by polarized debate is

A segregação da sociedade em polos ideológicos, encorajada pelos filtro de bolha nas redes sociais, contribuem muito para a proliferação de desinformação e de *fake news*. Ribeiro (2017) afirma que que é uma polarização de opiniões induzem à uma segregação da sociedade e que essa segregação pode causar que as pessoas se juntem em “ilhas isoladas” onde todos pensam como eles.

Em conjunto, a credibilidade das instituições diminui e quem teria a função de informar e distinguir o que é verdade e o que é mentira não tem mais a credibilidade dos leitores. A informação que é mais fácil de acreditar, de acessar e é mais agradável acaba ganhando a preferência dos consumidores.

Se a confiança nas agências de notícias está caindo, a confiança no novo mundo da curadoria amadora e algorítmica está aumentando. Se as páginas dos jornais e revistas estão sendo arrancadas por um lado, estão sendo recompiladas por outro - numa ordem diferente a cada vez. É por isso que o Facebook está se transformando numa fonte cada vez mais vital de notícias: nossos amigos e família têm mais possibilidade de saber o que é importante e relevante para nós do que qualquer editor de jornal em Manhattan. (PARISIER, 2011, l. 889)

3.4. Checagem

3.4.1 Agências checadoras

Mesmo antes da proeminência da discussão sobre as *fake news*, agências voltadas para a checagem de fatos já atuavam no Brasil. Um exemplo é o da Agência Lupa, criada em novembro de 2015, e se intitula a primeira agência de notícias especializada em *fact-checking* do Brasil. Outras duas, Aos Fatos, fundada em 2015 e Truco, agência, criada em 2014 e parte do projeto da Agência Pública, também se destacam no cenário brasileiro.

As três têm metodologias bem definidas e explicitadas nos seus sites, sendo que Lupa e Aos Fatos funcionam como agências de notícias, vendendo conteúdo para outros portais, e o Truco faz parte da Agência Pública, uma organização jornalística sem fins lucrativos.

important because polarization of opinions induces segregation in the society, causing people with different viewpoints to become isolated in islands where everyone thinks like them”

“Num ambiente de crise da imprensa como negócio e também dos veículos de comunicação como grandes formadores de opinião junto às massas, as notícias falsas encontraram na web um território livre para se manifestar. A imprensa, ao que parece, demorou a aceitar o golpe” (SOUZA, 2017, p. 3). As agências surgiram como uma resposta à esse ambiente e se dedicam a checar boatos das redes sociais, pronunciamentos de autoridades e debates políticos.

3.4.2 Veículos tradicionais

O G1, plataforma de notícias das Organizações Globo, estreou no início deste ano sua seção de checagem. O “É ou não é?” começou em março e se dedica principalmente a checar boatos espalhados pelas redes sociais, como o WhatsApp. Os assuntos variam desde mudanças na prova da OAB até tubarões nadando pelas ruas de Houston após o furacão Harley.

Em checagem publicada no dia 8 de setembro, o G1 verificou se um áudio, atribuído ao Lula, que circulava em grupos de WhatsApp, era verdadeiro. No áudio, o suposto Lula reclamava com o ex-presidente do PT, Rui Falcão sobre a “delação do Palocci” e dizia que “ninguém teve a competência ou coragem para acabar com esse cara (Palocci)”. O texto que acompanhava o áudio dizia que um grampo de uma conversa telefônica entre os dois tinha sido vazado.

A checagem do “É ou não é?” chega a conclusão que o áudio não é do ex-presidente Lula. Afirmar que a voz não é do Lula e que, apesar de ser um grampo, Rui Falcão não fala em nenhum momento e aponta um erro de conceito, Palocci não fez um acordo de delação premiada. O jornalista ainda entrou em contato com o Instituto Lula, que confirmou a falsidade da história.

Um detalhe no texto de apresentação da iniciativa do G1 talvez seja um sintoma do descrédito dos veículos midiáticos hoje em dia. Os comentários são majoritariamente descreditando a iniciativa, afirmando, por exemplo, que são “*Fake News* falando de *Fake News*”, como o comentarista Alan Braga, ou até coisas mais agressivas e em caixa alta, como Vargas Machado, “E QUEM IRA CHECAR A CHECAGEM DO G1 Q ESTA CONTAMINADO COM ESQUERDOPATAS !?????”

“Daí a importância cada vez maior de agências de fact-checking como resposta à proliferação de inverdades. Pode-se concordar que não exista

verdade absoluta, mas o bom jornalismo, para sobreviver, deverá ser cada vez mais profissional e atento a uma nova geração de consumidores de informação, pessoas que não se acostumaram a checar a veracidade das informações com que são bombardeadas todas as horas do dia” (SOUZA, 2017, p. 14)

Outra plataforma que também lançou sua seção de checagem é o UOL, com o UOL Confere. Dessa vez, as checagens sobre boatos se juntam a verificações de pronunciamentos de autoridades, dados de campanhas etc.

Um exemplo mais recente, publicado no dia 19 de setembro, o UOL Confere verificou a veracidade das afirmações do Presidente Temer em seu pronunciamento na abertura da Assembleia Geral da ONU. Algumas das conclusões podem ser vistas no próprio título de matéria “Temer usa dados não oficiais e ignora rombo nas contas em discurso na ONU”.

Para a verificação, o repórter recorreu a dados oficiais e opiniões de especialistas, classificando as informações como “Falso”, “Contestável” e “Verdade”. A notícia foi manchete durante boa parte do dia e se manteve entre as mais lidas do portal.

4 PESQUISA EMPÍRICA

4.1 Metodologia

Para verificar o alcance das *fake news* no cenário brasileiro, esta pesquisa se utiliza de mensurações e ranqueamentos da página “Monitor do debate político brasileiro no meio digital”, um projeto do Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para o Acesso à Informação da Universidade de São Paulo (USP).

As notícias não necessariamente se relacionam com a política institucional diretamente. Parte delas diz respeito a celebridades, questões LGBT, crimes e acontecimentos que causaram grande debate público.

Essa página analisa veículos brasileiros e divulga análises quantitativas das matérias mais compartilhadas durante um certo período. Essas análises são publicadas a partir de um critério de assuntos mais comentados, e não de periodicidade. A escolha por essa ferramenta se deu porque ela permite uma visualização abrangente do ecossistema midiático no Facebook por levar em conta tanto veículos tradicionais como os alternativos.

O grupo classifica as fontes em sete categorias, conforme está no Quadro 2:

Quadro 2 - Categorias das fontes

Jornais impressos	Folha de S. Paulo, Valor Econômico, O Globo, Estado de S. Paulo, Correio Braziliense, Extra, O Dia, Zero Hora, Gazeta do Povo, Estado de Minas e O Tempo
Revistas impressas semanais	Veja, Exame, Carta Capital, IstoÉ, Época
Portais	R7, G1, UOL e Terra
Revistas e jornais impressos mensais	Revista Fórum, Le Monde Diplomatique, Brasileiros, Caros Amigos

Jornais digitais	Nexo, BBC Brasil, El País Brasil, EBC, HuffPost Brasil, Congresso em Foco, InfoMoney, Jornal do Brasil, A Pública, Ponte, Fluxo, Global Voices, Plus55, Observatório da imprensa
Imprensa e comentário alternativo de esquerda	O cafezinho, Carta Maior, Pragmatismo Político, Jornalistas Livres, Opera Mundi, Outras Palavras, Jornal GGN, Diário do Centro do Mundo, Rede Brasil Atual, Viomundo, Tijolaço, Portal Vermelho, Socialista Morena, Brasil 247, Democratize, Blog do Rovai, Escrivinhador, Sul21, PassaPalavra, A Nova Democracia, blog Maria Frô, Geledés, Agência PT, Diário Liberdade, Rede de Informações Anarquista, Canal Ibase
Imprensa e comentário alternativo de direita	Pensa Brasil, o Reacionário, Correio do Poder, o Implicante, o Antagonista, Folha Política, Spotniks, Gazeta Social, Crítica Política, o Financista, Rádio Vox, Revolta Brasil, blog do Rodrigo Constantino, Folha do Povo, Política na Rede, Reaçonaria

Fonte: Monitor do debate político no meio digital

Além da análise desses veículos, o grupo analisa cerca de 400 páginas de Facebook que eles classificam como “anti-petistas” e “anti-anti-petistas”

Os pesquisadores explicam, em postagem fixada na própria página, que a classificação foi feita agrupando jornais diários impressos, revista semanais, publicações impressas mensais e grandes portais. O restante das publicações foram sendo agrupadas como imprensa e comentário alternativo de direita ou de esquerda.

Esta pesquisa não considera o objeto, a página Monitor do debate político no meio digital, uma página propriamente jornalística. Apesar de atuar como uma fonte, ela se encaixa mais em uma classificação de filtro do que de produção de informações jornalísticas.

(...) essas redes podem atuar de forma próxima ao jornalismo, complementando suas funções, filtrando matérias relevantes, concedendo credibilidade e importância para as matérias jornalísticas através das reverberações.(RECUERO, 2009, p. 12)

A pesquisa tem como objeto as notícias elencadas como as mais compartilhadas no Facebook em 2017 dentro do escopo do Monitor do debate político no meio digital. No dia 30 de dezembro de 2017, a página divulgou as notícias mais compartilhadas em cada mês de 2017. Desta forma, as notícias analisadas não necessariamente são as 28 mais compartilhadas durante o ano de 2017.

Essas notícias não necessariamente foram publicadas originalmente pelos veículos descritos, elas podem ter sido replicadas sem determinação da fonte. No entanto, não é possível saber exatamente de onde a informação surgiu, principalmente em notícias falsas. Por isso, consideramos as notícias publicadas pelos veículos descritos pelo Monitor do debate político no meio digital.

A divulgação foi dada por meses, ou seja, cada mês de 2017 tem de uma a três notícias divulgadas como as mais compartilhadas durante o período. As notícias são quantificadas quanto ao seu alcance por meio do software Netvizz, que permite a visualização de quantos compartilhamentos, reações e comentários a postagem teve.

A quantificação se dá a partir do link da notícia. Portanto, os números são relativos a quantas vezes aquele link foi compartilhado, comentado ou reagido. Não há distinção de quais perfis ou páginas interagiram com a notícia.

No total são 28 notícias analisadas. Todas elas passam por um processo de *fact-checking*, e classificadas segundo os selos propostos pela Agência Aos Fatos. Devido a classificação proposta pelo Monitor, também temos uma noção dos tipos de veículos que compartilham cada tipo de notícia.

A coleta de dados enfatizará números (ou informações conversíveis em números) que permitam verificar a ocorrência ou não das consequências, e daí então a aceitação (ainda que provisória) ou não das hipóteses. (DALFOVO, LANA, SILVEIRA, 2008, p. 7)

Essa pesquisa se classifica como uma pesquisa quali-quantitativa por tratar dos números de compartilhamentos, reações e comentários e relacionar com as classificações de verdadeiro e falso, quando das notícias, e de tradicional e alternativo, quanto aos veículos. A amostra, embora pequena para o tamanho do fenômeno, tem representatividade por tratar das matérias mais compartilhadas no Facebook durante o ano de 2017. É uma coleta de dados a partir de uma observação estruturada.

Ao selecionar uma amostra temos de ter em consideração a sua representatividade (as suas características são as mesmas dos elementos da população da qual a amostra é extraída) e não tendenciosidade (todo o elemento da população que a amostra representa, tem a mesma possibilidade de figurar na mesma), dando a garantia de que poderemos generalizar para o universo o que nela foi observado. O processo de generalização a partir da amostra é aplicável ao todo é o que se denomina de inferência. (FONSECA, 2002, p. 54)

Apesar disso, a pesquisa apresenta uma série de limitações devido ao tamanho do fenômeno e a dificuldade de examinar as características e alcance das publicações por conta das ferramentas e das próprias características das *fake news*. Essas limitações serão tratadas no capítulo cinco.

4.1.1 Classificações

A análise se dá pelo processo de *fact-checking*. Essas notícias são categorizadas em verdadeiras ou falsas, seguindo o método de checagem da agência Aos Fatos. Esse método envolve procurar a mesma informação em veículos conhecidos porque “sites de empresas grandes são fontes legítimas de informações factuais” (SPAGNUOLO, 2016). Além disso, questionar os dados de instituições, como pesquisas.

Esse método foi usado para checar as notícias sobre a professora que morreu queimada em Janaúba. Um caso como esses teria repercussão em vários veículos de mídia, como no Estado de Minas e O Globo.

Verificar as referências do texto também faz parte do processo de checagem. Ver se as afirmações feitas na matéria se baseiam em acontecimentos ou decisões reais. A linguagem do texto também é um indício, um texto com muitos adjetivos ou termos pejorativos podem trazer

informações falsas. (Spagnuolo, 2016)

O último indício do processo de checagem do Aos Fatos é verificar características fora do texto, como se ele é assinado, datado ou se o veículo tem um meio de contato fácil para o leitor.

O foco nas publicações classificadas de acordo com sua orientação política se dá porque, como visto em Vargo, Guo e Amazeen (2017), a imprensa alternativa, ou *partisan media*, está mais suscetível às notícias falsas do que veículos tradicionais. Esses veículos não fazem parte da mídia tradicional e podem ser classificados como *partisan media*.

Para facilitar a tabulação das notícias, os selos e as classificações são simplificados. Os selos de veracidade serão simplificados em “Verdade” ou “Falso” em vez de “exagerado”, “impreciso”, “verdadeiro”, “falso”, “contraditório”, “insustentável”. Na classificação dos veículos, será usado o mesmo método. As classificações de “jornais impressos”, “jornais digitais”, “revistas impressas semanais”, “portais” e “jornais e revistas mensais” serão classificados como “Imprensa tradicional”, todos os outros veículos serão classificados como “imprensa alternativa”.

Os resultados encontrados, depois de categorizados, serão quantificados e comparados, dadas as classificações de mídia propostas pelo Monitor de debate político no meio digital, os selos de veracidade propostos pela Agência Aos Fatos e os números de alcance e reações das publicações.

Sete notícias foram excluídas da análise, três por estarem fora do ar, duas por não serem passíveis de checagem e duas por problemas na extração das informações de compartilhamentos e engajamento nas redes sociais. Ao final, 20 notícias são analisadas.

Quadro 3 - Etapas da pesquisa empírica

ETAPA 1	Verificação da disponibilidade das notícias na internet
ETAPA 2	Classificação dos veículos entre alternativos e tradicionais
ETAPA 3	Processo de checagem de fatos

ETAPA 4	Classificação das notícias entre verdadeiras e falsas
ETAPA 5	Quantificação, pelo Netvizz, dos números de alcance e engajamento das notícias no Facebook
ETAPA 6	Ranqueamento das notícias e análise do resultado

Fonte: Produção própria

4.2 Análise

4.2.1 Camisa ensanguentada de Valdemiro é usada para “curar” fiéis - Veja

Essa notícia trata do mesmo assunto que a anterior, o caso do esfaqueamento do Pastor Valdemiro, mas algumas diferenças nas características se destacam. A notícia foi postada dia 9 de janeiro de 2017, um dia antes da anterior em um veículo classificado como “Revista impressa semanal” pelo Monitor, ou seja, parte da mídia tradicional.

A notícia apresenta indícios de que é real por conta de seu formato e linguagem, condizente com o que é previsto pela técnica do lide. Além disso, todos os personagens apresentados têm seus nomes explicitados, como o pastor Jorge Pinheiro e o soldado William Costa Mendes.

A grande diferença entre as duas notícias é a afirmação de que o Pastor cobrava 50 mil para fiéis para a salvação eterna por meio de tocar na camisa. Em nenhum momento a matéria da Veja cita algo do tipo. Em vez disso, cita só que a camisa é usada para curar fiéis.

A afirmação da manchete é verdadeira pois, em vídeo, o próprio Pastor confirma “Deus me ungiu, até a camisa que ficou ensanguentada, através dela Deus já curou pessoas na igreja e através do manto que foi passada a camisa”. Além disso, em vídeos divulgados pela própria Igreja Mundial, o pastor Jorge Pinheiro passou a camisa em um manto com o objetivo de abençoar os fiéis que o tocassem.

A notícia é verdadeira. A matéria teve 15.290 compartilhamentos, 139.540 reações e 67406 comentários.

4.2.2 Pastor Valdemiro cobra 50 mil para passar camisa de sangue em fiéis e garante salvação eterna - Pensa Brasil

A matéria, publicada em 10 de janeiro de 2017, não apresenta características típicas de um produto jornalístico, como um lide no começo, a pirâmide invertida e a ausência de adjetivos. Ao contrário, usa muito de adjetivos e perguntas retóricas durante o texto, como neste enxerto do primeiro parágrafo “O caso de Valdemiro Santiago, um dos pastores mais ricos do Brasil está virando crime, charlatanismo puro, aos pobre fies (sic) que em desespero buscam socorro na fé”.

O texto se encaixa mais como um artigo de opinião do que uma notícia. Isso fica claro com as seguintes comparações da igreja com lojas varejistas, Casas Bahia e Magazine Luiza e com frases como: “Mas a dúvida persiste: qual o melhor balcão de serviços religiosos? Que varejista está mais aparelhado para distribuir os favores divinos? Os vendilhões do templo de hoje não se comparam aos do tempo de Jesus”.

A informação da manchete só é mostrada no último parágrafo do texto. “Agora Valdemiro Santiago promete mais, sua camisa suja de sangue, ocasionada por uma tentativa de homicídio virou o “manto santo sagrado” e quem por ele for tocado ganhará a salvação eterna. Porém, o valor da oferta custa apenas R\$50 mil reais (sic), reclamou um membro da igreja no Brás indignado com o preço e inconformado dizendo que não irá mais para o céu!”

Seguindo as orientações da Agência Aos Fatos, observamos que a informação da manchete é apresentada sem fonte, sendo atribuída a “um membro da igreja no Brás”. Outro indício de que a notícia é falsa é a linguagem usada, termos como “patuleia”, “charlatanismo puro” e os erros de português ao longo do texto.

Além disso, nenhum veículo da imprensa tradicional veiculou tal informação, também um indício apresentado pelo Aos Fatos de que a notícia é falsa. Ao contrário, a notícia foi replicada por pequenos blogs como “Agorapb” e “Lente do Trairi”.

O veículo é classificado como “Imprensa ou comentário alternativo de direita” pelo Monitor e em si tem características de sites verdadeiros, como meios de contato. A notícia é assinada e

datada, outra característica de veículos confiáveis. Apesar disso, a página de Facebook do veículo é listada em um estudo da Folha de S. Paulo como disseminadora de notícias falsas.

Baseado nesses indícios, podemos afirmar que a notícia é falsa. A matéria teve 49.312 compartilhamentos, 218.758 reações e 109.061 comentários, segundo nossa contagem.

4.2.3 Rio tem nove policiais militares mortos em 12 dias: isso deveria chocar e incomodar a ONU e o Papa! - Blog do Rodrigo Constantino

O texto de 13 de janeiro de 2017 pode ser classificado como artigo de opinião, por ser publicado em um blog, ambiente tradicional de opiniões nas versões digitais dos jornais, por ter sido escrito por um articulista bem conhecido e por conta da linguagem.

Pontos de interrogação e de exclamação se espalham no texto todo, realmente explicitando a opinião do autor. Além disso, afirmações como “a morte de um policial deveria incomodar *bem mais* do que a morte de um marginal” deixam ainda mais claro a intenção do autor.

Apesar dessas características serem condizente com as das notícias falsas, essa matéria pode ser classificada como verdadeira porque os fatos apresentados são reais. O número da manchete, de 9 mortos em doze dias e as falas atribuídas para a OAB e ao Papa Francisco realmente aconteceram.

O texto traz informações verdadeira e, portanto, é classificado como uma matéria verdadeira. O blog, apesar de estar dentro do jornal Gazeta do Povo, é classificado como imprensa ou comentário alternativo de direita pelo Monitor. O número de compartilhamentos foi de 36.105, reações 158.151 e 14.424 comentários.

4.2.4 Juíza solta ladrão e é assaltada por ele na saída do Fórum

O Monitor diz que essa foi a notícia mais compartilhada do mês, mas foi publicada por um veículo tão pequeno que já não está mais no ar. No entanto, uma rápida pesquisa no Google revela que a matéria foi replicada por diversos sites e blogs. Essa rápida pesquisa também

mostra que checagens feitas pelos sites e-farsas, boatos.org e a Veja afirmaram que a notícia é falsa.

Por não ter acesso a notícia original, ela não entrará na contagem final desta pesquisa.

4.2.5 Maria de Fátima (vítima de um AVC) morreu na fila do SUS. E ninguém ficou sabendo! - Diário do Brasil

Esse veículo não tem classificação segundo o Monitor de debate político, apesar disso, não é um veículo tradicional, portanto será classificado como “imprensa ou comentário alternativo”, sem definir esquerda ou direita.

A notícia não apresenta nenhuma fonte ou entrevista com profissionais de saúde, servidores do SUS ou testemunhas. A única fala do texto é atribuída a “uma das filhas de dona Maria de Fátima”. Ou seja, o único personagem do texto não tem seu nome explícito.

A matéria, publicada em 2 de fevereiro de 2017, é assinada por Amanda Nunes Bruckner e o site tem uma aba para contato, características ligadas a sites de notícias verdadeiras. No entanto, a questão da linguagem se diferencia muito das características jornalísticas tradicionais, como o uso de pontos de interrogação e exclamação, além de palavras inteiras no maiúsculo.

Além disso, ao final do texto, em letras menores, há um aviso: “Está é uma postagem de ficção. Qualquer semelhança com nomes, pessoas, factos ou situações da vida real terá sido mera coincidência. Nossa Constituição garante que todos são iguais perante a LEI {...} a realidade mostra que isso nunca vai acontecer!”.

Apesar deste aviso estar dentro do texto, podemos categorizar essa notícia como falsa porque a manchete e a íntegra da matéria dá a entender que ela descreve uma situação real por simular o formato jornalístico.

A notícia é falsa. Ela teve 57.293 compartilhamentos, 231.922 reações e 28.414 comentários.

4.2.6 AGU e MPF “brigam” sobre bloqueio judicial de R\$2,1bi da Odebrecht - UOL

O despacho judicial do juiz Friedmann Wendpap realmente esclarece uma disputa entre a AGU e o MPF na questão do bloqueio judicial da Odebrecht, como dito na manchete. A matéria é basicamente um resumo da decisão judicial com algumas outras informações sobre a disputa entre os órgãos do estado.

Os trechos do despacho não são exatamente os que estão na notícia, mas tem o mesmo sentido. Podemos classificar essas diferenças como uma tradução da tradicional linguagem jurídica para a jornalística. Como exemplo, esse trecho da decisão judicial: “ao celebrar o acordo de leniência, o Ministério Público Federal age em prol do interesse primário -- e não secundário - - da Administração Pública, que, no caso, pertence à União. Assim, defendendo interesses em nome da pessoa política -- o que não se assimila à advocacia prestada a ente público --, soa, no mínimo, contraditório a insurgência da Advocacia-Geral da União contra o cumprimento do acordo, cujo fim precípua é, justamente, facilitar o ressarcimento do dano” se transforma nesse trecho da notícia: “Ao celebrar o acordo de leniência, o MPF age em prol do interesse primário da União. Assim, soa, no mínimo, contraditória a insurgência da AGU contra o cumprimento do acordo, cujo fim é justamente facilitar o ressarcimento do dano”.

O despacho original foi obtido diretamente no sistema da Justiça do Paraná e confirma que a notícia é verdadeira. Ela teve 69 compartilhamentos, 1 reação e 0 comentários.

4.2.7 China sugere ao Brasil a Lei que dá Pena de Morte para os Políticos Corruptos - The Jornal Brasil

Esse veículo não tem classificação segundo o Monitor de debate político, apesar disso, não é um veículo tradicional, portanto será classificado como “imprensa ou comentário alternativo”, sem definir esquerda ou direita.

A notícia não atribui a informação de que a China convocou o Presidente Temer para uma reunião a nenhuma fonte oficial. Além disso, não há registro de um encontro entre os dois líderes em março, mês que a notícia circulou nas redes sociais. Os dois chefes de governo se

encontraram apenas sete meses depois para assinar atos internacionais. Não houve relatos de que uma conversa sobre pena de morte para corruptos tenha acontecido.

Quanto a estrutura do site, a notícia não apresenta nem autor, pois é assinada como Jornal Brasil e nem tem data, características de notícias falsas. Apesar disso, não apresenta marcações como pontos de exclamação ou erros de português.

Como a reunião nunca aconteceu, a notícia é classificada como falsa. Ela teve 159.057 compartilhamentos, 738.122 reações e 103.955 comentários.

5.2.8 New York Times diz que o Brasil se tornará um país de pobres e miseráveis com Temer e PSDB - Contraponto

Esse veículo não tem classificação segundo o Monitor de debate político, apesar disso, não é um veículo tradicional, portanto será classificado como “imprensa ou comentário alternativo”, sem definição de esquerda ou direita.

A primeira questão a se notar é a atribuição do texto. Jornais só assinam textos de opinião em editoriais e esse não é o caso, a matéria referenciada é do correspondente Simon Romero. Em vários momentos do texto, o autor usa “O jornal critica” ou “Para o NYT”, o que pode confundir o leitor desatento. Eles fazem uma referência ao texto original, mas erram o link. O texto linkado é um artigo de opinião de Vanessa Barbara e não o de Simon Romero.

Quanto às características, o texto é datado e assinado, além de não apresentar erros de português. O veículo apresenta um seção de “Fale conosco” e “sobre”.

O título é sensacionalista. No corpo do texto, não há erros. O autor destaca trechos da matéria original que realmente criticam algumas contradições do governo e sublinham a disputa política sobre as reformas do estado, mas faz atribuições erradas, como dizer que “O NYT afirma”, quando não é o caso.

Além disso, diferente da manchete, o PSDB não é citado em nenhum momento do texto e não há nenhuma afirmação ao longo da matéria original que diga que o Brasil se tornará um “país

de pobres e miseráveis com Temer e PSDB”. Portanto, a matéria, e principalmente o título, é falsa.

A notícia teve 94.260 compartilhamentos, 271.356 reações e 40.913 comentários. Foi publicada dia 22 de março de 2017.

4.2.9 Em protesto inusitado, funcionário de cemitério escreve “Entra Temer” - Brasil 247

A matéria só apresenta uma foto e um parágrafo. “Enquanto 92% dos brasileiros rejeitam Michel Temer e engrossam o coro do 'Fora Temer', o funcionário de um cemitério fez um protesto inusitado e pintou a parede com o inverso: 'entra Temer'”, o parágrafo na íntegra.

A foto mostra um muro pichado com os dizeres “Entra Temer” e mais nada. Não há como checar se foi realmente um funcionário do cemitério que escreveu ou se a parede realmente é de um cemitério. É impossível definir se a notícia é verdadeira ou não.

A notícia teve 32.084 compartilhamentos, 233.916 reações e 20.519 comentários.

4.2.10 Homossexuais terão cota em concursos públicos - A Folha Brasil

O site está fora do ar, portanto será excluído da análise.

5.2.11 Campanha “dia 28 eu vou trabalhar” bomba nas redes e leva extrema-esquerda à loucura - Jornalivre

Esse veículo não tem classificação segundo o Monitor de debate político, apesar disso, não é um veículo tradicional, portanto será classificado como “imprensa ou comentário alternativo”, sem definição de esquerda ou direita.

A matéria só relata uma postagem do MBL no Facebook sobre um contra-protesto proposto pelo movimento. Diz que a postagem teve adesão alta e que “a tendência é que esse número chegue a estratosfera”. Não chega a ser uma notícia e não propõe fatos passíveis de passar pelo processo de checagem.

A postagem teve 38.601 compartilhamentos, 189.734 reações e 24.858 comentários.

4.2.12. “Esses corruptos são genocidas, são eles que matam as pessoas que estão morrendo nas filas dos hospitais”, diz Miguel Falabella - Folha Política

A notícia é verdadeira. No dia 21 de maio de 2017, no programa “Domingão do Faustão”, o ator Miguel Falabella um dos convidados do episódio. Em certo momento, Fausto Silva pede a opinião da bancada sobre a situação política no Brasil e Falabella realmente diz o que a matéria afirma.

Ele diz, exatamente, “São genocidas, matam as pessoas nas filas de hospital”, se referindo aos políticos corruptos.

A matéria teve 132.469 compartilhamentos, 332.767 reações e 17.958 comentários.

4.2.13 PhD em Harvard, brasileira supera fome e preconceito e soma 56 prêmios na carreira - UOL

A matéria é uma entrevista com a professora Joana D’Arc Félix de Sousa, contando a trajetória dela como pesquisadora. Não há muitos fatos para a checagem, ela realmente tem os títulos que afirma ter, segundo o currículo Lattes. A notícia é verdadeira.

A matéria teve 74.171 compartilhamentos, 690.901 reações e 29.926 comentários.

4.2.14 Juristas apresentam pedido de impeachment de Gilmar Mendes - O Globo

A página está fora do ar, portanto será excluída da análise.

4.2.15 Tatuador é preso por tortura após escrever “eu sou vacilão” na testa de adolescente no ABC - G1

A notícia é assinada, datada e o site apresenta modos de contato. Também apresenta fotos do acontecido, junto com relatos da família, do advogado Ariel de Castro Alves e também cita a delegada do caso, Carolina Nascimento Aguiar.

A linguagem é a padrão jornalística, com lide, aspas de personagens e referências jurídicas. Para confirmar a informação de que os dois foram presos, existe uma publicação no Diário de Justiça de São Paulo de que 10 dias depois um defensor público entrou com pedido de habeas corpus para o tatuador e o vizinho dele.

A notícia é verdadeira. Foram 46.651 compartilhamentos, 588.863 reações e 284.939 comentários.

4.2.16 Tatuador alugou quarto em pensão onde escreveu na testa de adolescente no ABC - G1

A estrutura da notícia é a tradicional, apresenta autoria e data. A linguagem também segue o padrão jornalístico, com aspas de personagens e lide. Foi divulgada um dia depois da notícia original, com a nova informação de que o tatuador alugou o quarto em pensão onde escreveu na testa do adolescente.

A manchete é confusa, dá a entender que o tatuador alugou o quarto com o objetivo de tatuar a testa do adolescente. Ao ver a fala do dono da pensão, se vê o contrário, o tatuador já morava lá há algumas semanas. Apesar disso, não se pode afirmar que a notícia é falsa, porque a informação é verdadeira e baseada na fala do dono da pensão.

A notícia é verdadeira, teve 34.530 compartilhamentos, 204.703 reações e 99.565 comentários.

4.2.17 Lula é condenado na Lava Jato a 9 anos e 6 meses de prisão no caso do triplex - G1

A notícia é verdadeira. O documento da sentença obtido direto no sistema da Justiça Federal do Paraná mostra exatamente as mesmas informações da notícia. O tamanho da pena, os crimes dos quais o ex-presidente foi condenado e absolvido, além dos outros réus condenados no mesmo processo.

Na parte final da sentença, os seguintes trechos confirmam a veracidade da notícia:

“939. **Absolvo** Luiz Inácio Lula da Silva e José Adelmário Pinheiro Filho das imputações de corrupção e lavagem de dinheiro envolvendo o armazenamento do acervo presidencial, por falta de prova suficiente da materialidade (art. 386, VII, do CPP).”

“944. **Condeno** Luiz Inácio Lula da Silva:

- a) por um crime de corrupção passiva do art. 317 do CP, com a causa de aumento na forma do §1º do mesmo artigo, pelo recebimento de vantagem indevida do Grupo OAS em decorrência do contrato do Consórcio CONEST/RNEST com a Petrobrás; e
- b) por um crime de lavagem de dinheiro do art. 1º, caput, inciso V, da Lei n.º 9.613/1998, envolvendo a ocultação e dissimulação da titularidade do apartamento 164-A, triplex, e do beneficiário das reformas realizadas.

945. Atento aos dizeres do artigo 59 do Código Penal e levando em consideração o caso concreto, passo à individualização e dosimetria das penas a serem impostas aos condenados.”

“Entre os crimes de corrupção e de lavagem, há concurso material, motivo pelo qual as penas somadas **chegam a nove anos e seis meses de reclusão**, que reputo definitivas para o ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva.”

A notícia teve 70.034 compartilhamentos, 518.939 reações e 103.432 comentários.

4.2.18 Juiz do DF manda suspender decreto que aumentou tributos sobre combustíveis - G1

A notícia é verdadeira. De acordo com documento da decisão obtido com a Seção Judiciária do Distrito Federal, o juiz substituto Renato C. Borelli realmente deferiu o pedido do advogado Carlos Alexandre Klomfahs para derrubar o suspender os efeitos do decreto que aumentou tributos dos combustíveis.

A veracidade é confirmada pelo seguinte trecho da decisão:

“Pelo exposto, DEFIRO o pedido de tutela provisória de urgência, para suspender imediatamente os efeitos do Decreto nº 9.101, de 20 de julho de 2017. Observo que a suspensão dos efeitos do mencionado Decreto tem como consequência o imediato retorno dos preços dos combustíveis, praticados antes da edição da norma.”

Por conta de diferentes meios de compartilhar a notícia, a extração de dados do Facebook não conseguiu catalogar todos os números. São dois compartilhamentos, 1 reação e 0 comentários.

4.2.19 Um presidente inocente de verdade faria questão de ser investigado - Pragmatismo Político

A matéria pode ser classificada como um artigo de opinião. Primeiro, pode ter sido originalmente publicada no blog da autoria, Tereza Crunivel e, segundo, por estar em primeira pessoa, característica não compatível com um texto noticioso.

O artigo não levanta nenhuma informação falsa, apesar de ter frases como “...Temer, o primeiro da história do presidencialismo brasileiro a sofrer tal acusação no cargo, preferiu comprar votos descaradamente para não ser investigado”. A autora se refere às emendas parlamentares, que, por uma questão de opinião, pode ser vistas ou não como compra de votos.

O veículo é classificado como “imprensa ou comentário alternativo de esquerda” e as informações são verdadeiras. O artigo teve 53.498 compartilhamentos, 262.915 reações e 27.830 comentários.

4.2.20 Rock in Rio: Querem salvar a Amazônia, mas não juntam o próprio lixo - Jornal da Cidade Online

Esse veículo não tem classificação segundo o Monitor de debate político, apesar disso, não é um veículo tradicional, portanto será classificado como “imprensa ou comentário alternativo”, sem definição de esquerda ou direita.

Essa é uma matéria de opinião. Tenta mostrar a hipocrisia da audiência do Rock in Rio, que, supostamente, apoia projetos ambientais e deixam o lixo jogado no chão do festival. Não há erros factuais no texto, mas uma tentativa de manipulação de foto. O artigo é assinado como “Da redação” e é datado.

A foto principal usada para ilustrar o texto não é da edição 2017 do Rock in Rio e sim a de 2013. Ela foi originalmente publicada no G1, no dia 23 de setembro de 2013 e fotografada por Flávio Moraes. Por conta disso, a notícia é classificada como falsa.

Por conta de diferente meios de divulgação da matéria, o aplicativo usado para extrair as informações não contabilizou todos os números. Foram 168.431 compartilhamentos, 110.141 reações e 94.927 comentários.

4.2.21 Homem solto após ejacular em mulher em ônibus é preso de novo ao atacar outra passageira - G1

A matéria é datada, assinada por três repórteres e apresenta muitas fontes, como as polícias Militar e Civil, uma policial, um delegado e a Secretaria de Segurança Pública de São Paulo. Inclusive apresentando aspas diretas da policial e do delegado.

A notícia atribui todas as informações a alguma fonte oficial, indício de que a notícia é verdadeira. Além disso, o caso teve repercussão em outros veículos grandes de mídia. A linguagem da notícia condiz com a norma padrão e tem características jornalísticas, como o lide.

Existe também um processo no Tribunal de Justiça de São Paulo sobre ultraje público ao puder

com o nome do agressor. A notícia é verdadeira.

A matéria teve 68.516 compartilhamentos, 554.694 reações e 130.273 comentários.

4.2.22 Pablio Vittar ameaça deixar o Brasil caso Bolsonaro seja eleito em 2018

A página está fora do ar, portanto será excluída da análise.

4.2.23 O silêncio ensurdecedor da mídia com relação ao atentado na Somália - Revista Fórum

É um artigo de opinião, expondo diferentes modos de cobertura dos jornais tradicionais sobre atentados ao redor o mundo. Não há erros factuais, o autor cita vários jornais e não faz afirmações infundadas. A notícia é verdadeira.

A matéria teve 62.256 compartilhamentos, 347.111 reações e 17.810 comentários.

4.2.24 A professora que mesmo em chamas tentava salvar as crianças de Janaúba - Huffpost Brasil

A notícia é verdadeira. Se baseia em relatos de testemunhas, assim como outras notícias sobre o mesmo fato. As declarações são verdadeiras e baseadas em jornais locais da cidade.

A notícia teve 13.467 compartilhamentos, 359.758 reações e 12.985 comentários.

4.2.25 Segurança ateia fogo em creche de Janaúba e mata crianças e professora - G1

Essa notícia trata da mesma questão que a anterior e tem as mesmas características, a diferença é que apresenta fontes primárias. É uma notícia verdadeira.

A matéria teve 38.508 compartilhamentos, 375.848 reações e 65.987 comentários.

4.2.26 Com bolo de Pabllo Vittar, menino de 12 anos beija namorado durante festa de aniversário - Mixturandoweb

Esse veículo não tem classificação segundo o Monitor de debate político, apesar disso, não é um veículo tradicional, portanto será classificado como “imprensa ou comentário alternativo”, sem definição de esquerda ou direita.

A notícia não é assinada nem datada. Além disso, é baseada em um vídeo de 29 segundos publicado no Twitter, sem mais informações da publicação original. A fonte da informação da idade dos garotos também não é revelada. O texto não referencia nada, só basicamente descreve o vídeo.

O vídeo é real, realmente a cantora Pabllo Vittar está no bolo e os garotos parecem ter um relacionamento, mas não há como afirmar que eles são namorados, ou que têm a idade que a notícia afirma. Outro indício de que a notícia é falsa é outra matéria do mesmo site, afirmando que o Ministério Público iria investigar o caso. A assessoria de imprensa do Ministério Público respondeu que não há nenhum processo em andamento sobre o caso.

A matéria teve 35.778 compartilhamentos, 486.459 reações e 370.209 comentários.

4.2.27 Guloseimas acabam e crianças atiram pedras em Papai Noel no interior de SP - Estado de S. Paulo

A notícia é assinada, datada e não apresenta erros de português. Os personagens não têm seus nomes revelados, o único nome usado é de um internauta que comentou o caso. Apesar disso, o jornalista supostamente entrou em contato com a prefeitura, que disse não ter sido avisada do caso.

O que contribui para a veracidade da notícia, é que outros grandes veículos, como o G1 e a Folha de S. Paulo, fizeram matérias aprofundando o caso. Na reportagem da Folha, por exemplo, o Papai Noel revela seu nome e conta a história, além de ter sido fotografado. Para adicionar, até o prefeito da cidade aparece como personagem da reportagem.

A matéria é verdadeira e teve 16.878 compartilhamentos, 199.039 reações e 48.830 comentários.

4.2.28 Pesquisa revela: Homens que fumam maconha se sentem atraídos por outros homens **- YsContent**

Esse veículo não tem classificação segundo o Monitor de debate político, apesar disso, não é um veículo tradicional, portanto será classificado como “imprensa ou comentário alternativo”, sem definição de esquerda ou direita.

Não há registros na internet de um pesquisador chamado Hukg Juh e a tal pesquisa realizada no Reddit, uma metodologia suspeita, no mínimo, nunca aconteceu. Dada a importância de tal descoberta, poderíamos pensar que seria bastante repercutida, mas isso também não aconteceu.

O texto é assinado por “Ana”, é datada e o site não tem uma aba de contato ou sobre. A notícia é falsa.

A matéria teve 3.318 compartilhamentos, 33.492 reações e 16.973 comentários.

4.3 Resultados

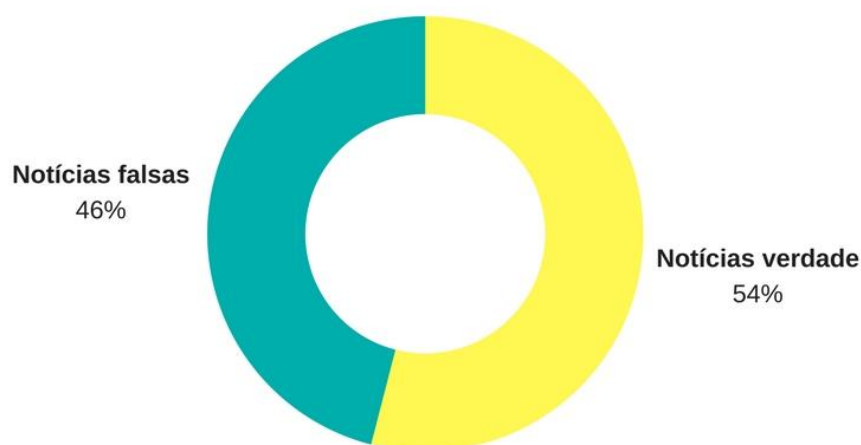
Todas as notícias falsas encontradas na análise foram publicadas por veículos alternativos, o que confirma a primeira hipótese do estudo, de que as notícias falsas são predominantemente compartilhadas por veículos alternativos. Das dez notícias veiculadas por meios alternativos, sete eram falsas, isso significa que no escopo deste estudo, 83% das notícias publicadas por veículos alternativos são falsas.

Para esclarecer o uso dos termos, “publicar”, significa a publicação no site ou blog do veículo, “Compartilhar” remete ao botão compartilhar do Facebook e é usado nas quantificações de alcance das notícias.

As notícias falsas foram compartilhadas 567.449 vezes, ou 46% do total estudado. Em média, esse tipo de notícia foi compartilhado 81.064 vezes contra 50.960 das notícias verdadeiras. Isso

significa, em média, 1,6 vezes mais do que as verdadeiras. Das cinco notícias mais compartilhadas analisadas, três eram falsas, sendo que, dessas, duas são as primeiras do ranking.

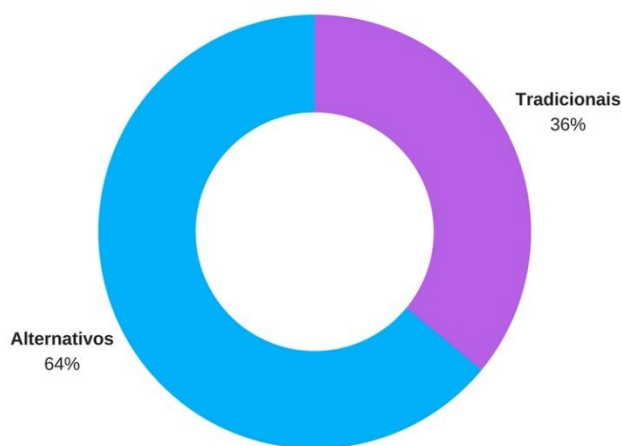
Gráfico 1: Compartilhamento total de notícias



Fonte: Dados da pesquisa

Das 20 notícias analisadas, 13 são verdadeiras e sete falsas. Dez eram de veículos alternativos e dez de tradicionais. Das 10 alternativas, três verdadeiras e sete falsas. Das 10 tradicionais, todas verdadeiras. As quatro notícias mais compartilhadas foram publicadas por veículos alternativos.

Gráfico 2: Compartilhamentos de notícias (verdadeiras e falsas) por tipo de veículo



Fonte: Dados da pesquisa

As notícias de veículos alternativos foram 1,8 vezes mais compartilhados que os de tradicionais. São 789.621 compartilhamentos contra 440.331 dos tradicionais. Em média, veículos tradicionais foram compartilhados 44.031 vezes e os alternativos 78.962. Esses números apontam uma preferência por veículos alternativos pelos usuários do Facebook.

Ao se falar em engajamento, não há grande diferenças entre números de veículos tradicionais e alternativos, mas sim entre notícias falsas e verdadeiras. Notícias falsas tiveram, em média, 109.207 comentários por notícia, enquanto as verdadeiras ficaram no 70.874, uma diferença de 38.333. As falsas tiveram 1,54 vezes mais comentários que as verdadeiras.

Em questão de reações, que englobam os botões de “curtir”, “amei”, “haha”, “uau”, “triste” e “grr”, as notícias falsas também tiveram um desempenho maior. Foram, em média, 440.036 contra 364.095 das tradicionais. Um desempenho 1,2 vezes melhor. Esses números provam a segunda hipótese, as notícias falsas realmente tem mais engajamento e compartilhamentos no Facebook.

Em uma análise menos numérica e mais qualitativa, os temas das notícias analisadas parecem seguir um padrão. Muitas falam sobre corrupção, como a do The Jornal Brasil, sobre a China sugerir ao Brasil pena de morte aos políticos corruptos, mas outras dizem respeito a situações fontes de debate público, como a questão LGBT, crimes de tortura e mau atendimento no SUS.

Tabela 1: Cinco notícias mais comentadas

Notícia	Veículo	Classificação	Comentários	Verificação
Com bolo de Pablo Vittar, menino de 12 anos beija namorado durante festa de aniversário.	Mixturandoweb	Alternativo	370209	Falso
Tatuador é preso por tortura após escrever 'eu sou ladrão e vacilão' na testa de adolescente no ABC	G1	Tradicional	284939	Verdade
Homem solto após ejacular em mulher em ônibus é preso de novo ao atacar outra passageira	G1	Tradicional	130273	Verdade
Pastor Valdemiro cobra 50 mil para passar camisa de sangue em fiéis e garante salvação eterna.	Pensa Brasil	Alternativo	109061	Falso
China sugere ao Brasil a Lei que dá Pena de Morte para os Políticos Corrupto	The Jornal Brasil	Alternativo	103955	Falso

Fonte: Dados da pesquisa

Para exemplificar, as cinco notícias mais comentadas são exatamente sobre esses assuntos. A primeira, sobre uma festa de aniversário com bolo da Pablo Vittar, seguida pelo caso do tatuador que foi preso por escrever na testa de um adolescente, de outro caso em que um homem foi preso por ejacular em uma mulher em um ônibus, seguido da notícia de que o Pastor Valdemiro cobraria 50 mil para passar camisa de sangue em fiéis e, por último, da suposta sugestão chinesa de que o Brasil dê pena de morte para políticos corruptos. Dessas cinco, a do Pablo Vittar, do Pastor Valdemiro e da sugestão chinesa são falsas.

Esses são temas que ou podem levar a uma revolta do leitor ou incitar o debate sobre questões sociais. São notícias que atingem a emoção em temas possivelmente sensíveis, o que pode ter levado a mais identificação e, consequentemente, compartilhamentos.

Entre as características dos próprios sites que publicaram notícias falsas, alguns detalhes podem ser destacados. Quatro dos sete sites alternativos que divulgaram notícias falsas apresentam, na aba “Quem somos” ou “Sobre” alguma forma de defesa da liberdade de expressão ou sigilo de fonte. Pensa Brasil, The Jornal Brasil e Diário do Brasil citam a Constituição Federal, no Art 5 ou Art 220. O blog Contraponto não fala da Constituição, mas fala sobre a concentração midiática no Brasil e democratização da informação.

Quanto a forma das notícias falsas, características comuns são o uso de exclamações, textos mais curtos e frases que denotam opinião ou revolta sobre determinado assunto.

Tabela 2: Cinco notícias mais compartilhadas

Notícia	Veículo	Classificação	Compartilhamentos	Checagem
Rock in Rio: Querem salvar a Amazônia, mas não juntam o próprio lixo	Jornal da cidade online	Alternativo	168431	Falso
China sugere ao Brasil a Lei que dá Pena de Morte para os Políticos Corrupto	The Jornal Brasil	Alternativo	159057	Falso
Esses corruptos são genocidas, são eles que matam as pessoas que estão morrendo nas filas dos hospitais', diz Miguel Falabella	Folha Política	Alternativo	132569	Verdade
New York Times diz que o Brasil se tornará um país de pobres e miseráveis com Temer e PSDB	Contraponto	Alternativo	94260	Falso
PhD em Harvard, brasileira supera fome e preconceito e soma 56 prêmios na carreira	UOL	Tradicional	74171	Verdade

Fonte: Dados da pesquisa

Um exemplo é o da notícia falsa mais compartilhada “Rock in Rio: Querem salvar a Amazônia, mas não juntam o próprio lixo”, do Jornal da Cidade online. Os quatro pequenos parágrafos são seguidos da palavra “Lamentável” em uma linha solitária. Essa notícia em específico foi catalogada como “falsa” por conta da foto, que não corresponde a edição do Rock in Rio criticada pelo autor.

Os quatro parágrafos podem caracterizar o texto como de opinião, porque se propõe a denunciar a suposta hipocrisia do público do festival. Essa característica fica clara no último parágrafo, em que palavras como “drástico” são usadas. “O drástico é ver que após os shows, a plateia, teoricamente entusiasta e simpatizante da ideia, foi incapaz de juntar o próprio lixo, destoando às completas de qualquer iniciativa voltada para uma proposta de inspiração ambiental.”.

A segunda notícia falsa mais compartilhada trata de corrupção, mesmo tema abordado por outras quatro matérias analisadas. “China sugere ao Brasil a lei que dá pena de morte para os Políticos Corruptos”, do The Jornal Brasil tem apenas três parágrafos e faz afirmações que usualmente não são feitas em notícias verdadeiras.

O último parágrafo expõe opinião do autor, além de usar termos incompatíveis com a diplomacia. Por exemplo, um país não pode convocar o chefe de governo de outro país para uma conversa, como dito no texto. Além disso, afirmações sem base também caracterizam o texto como falso.

“Como a corrupção no Brasil esta (sic) conhecida mundialmente e isso vem afetando vários países”, o autor não dá exemplos de países e uma notícia jornalística não pode afirmar que a corrupção no Brasil está conhecida mundialmente sem ao menos uma entrevista com um especialista ou político.

A última frase do texto também é uma característica constante de notícias falsas. “... afinal somente assim para acabar com a corrupção”. O texto é todo em formato de notícia, apresenta um lide, mas, na sua última frase, emite uma opinião do autor. Novamente, um repórter não pode opinar em uma peça noticiosa, fora do espaço opinativo de um jornal.

A terceira notícia falsa mais compartilhada se caracteriza como falsa por conta de inacurácias na atribuição das falas e criação de outros elementos para a notícia. “New York Times diz que o Brasil se tornará um país de pobres e miseráveis com Temer e PSDB”, do blog Contraponto apresenta uma reportagem do jornal norte-americano, traduzindo partes dentro de uma notícia relatada do ponto de vista do autor do blog.

O texto não apresenta indícios de falsidade por conta da forma, mas das próprias informações apresentadas. As aspas estão realmente na matéria do NYT, mas são apresentadas como um editorial do jornal e isso pode confundir o leitor. A matéria original é assinada por um repórter e, portanto, não significa que um editorial do jornal diria a mesma coisa. Além disso, a notícia do blog cita o PSDB no título, sendo que este partido não foi citado nenhuma vez na matéria original.

“Maria de Fátima (vítima de um AVC) morreu na fila do SUS. Ninguém ficou sabendo!”, do site Diário do Brasil apresenta muitas características encontradas em notícias falsas. Já no título, o ponto de exclamação, que dá o sentido de revolta e denúncia. No segundo, parágrafo, a pontuação aparece novamente “Morreu porque não conseguiu a vaga!”.

A notícia é curta e cheia de marcas de expressão, como palavras em caixa alta, pontos de exclamação e interrogação. O final da matéria também exhibe essas características “Ninguém, simplesmente mais uma das milhões de pessoas que morrem diariamente e não tem condições de arcar com uma estrutura compatível com um país que ROUBA bilhões em impostos”, “Pobre dona Maria (...) não era casada com um político!”.

Uma peculiaridade do site Diário do Brasil é o aviso de que a notícia é ficção. Depois de apresentada a matéria sobre a Maria de Fátima, assinada e datada, no formato jornalístico, com lide e aspas, aparece o seguinte aviso: “Esta é uma postagem de ficção. Qualquer semelhança com nomes, pessoas, factos ou situações da vida real terá sido mera coincidência. Nossa Constituição garante que todos são iguais perante a LEI [...] a realidade mostra que isso nunca vai acontecer”.

4.4 Limitações

Essa pesquisa tem algumas limitações na parte teórica. Por exemplo, não foi encontrada uma diversidade de publicações brasileiras sobre o assunto. A maior parte dos estudos foram feitos no contexto estadunidense, que é relativamente diferente do brasileiro, principalmente pelas questões do ambiente midiático e de redes sociais.

Os poucos artigos brasileiros sobre notícias falsas abordam questões mais superficiais, sem entrar nas especificidades do fenômeno, da participação da população, do papel das redes sociais, da imprensa tradicional e alternativa.

Na parte empírica da pesquisa, as limitações se dão por conta da própria natureza do fenômeno. Por exemplo, a mesma notícia falsa pode ser replicada em diferentes veículos sem a devida fonte, o que dificulta o rastreamento e quantificação de seu alcance. Os portais que divulgam informações falsas também se caracterizam pela efemeridade, na pequena amostra desta pesquisa, dois dos 14 veículos alternativos estavam fora do ar.

O fenômeno é muito grande para ser analisado na totalidade, são muitos veículos, muitas páginas do Facebook e ainda outras redes sociais em que as notícias falsas são compartilhadas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme indicações tanto da pesquisa teórica como da pesquisa empírica, as notícias falsas realmente são mais divulgadas por veículos alternativos e têm mais engajamento (reações e comentários) e compartilhamentos no Facebook do que notícias verdadeiras. Essa situação mostra uma tendência dos usuários da rede social por consumir esse tipo de informação, além de uma maior propensão de divulgá-la.

O resultado também está de acordo com estudos de Amazeen, Guo e Vargo (2017) sobre a relação das notícias falsas com a imprensa alternativa. Estes resultados ilustram, no contexto brasileiro, que veículos alternativos, muitas vezes *partisans*, são mais frequentemente divulgadores de notícias falsas do que os tradicionais, mesmo resultado encontrado na pesquisa dos americanos.

Os números finais sobre a diferença de alcance entre notícias verdadeiras e falsas dialogam com os estudos de Silverman (2016), no contexto das eleições norte-americanas de 2016 no Facebook e os de Vousougui, Roy e Aral (2018), no Twitter. Assim como esses autores, esta pesquisa encontrou uma diferença significativa entre o número de compartilhamentos. As notícias falsas foram bem mais compartilhadas, em média, do que as verdadeiras.

A pesquisa empírica também corrobora com a tese de Tavares (2017) sobre a perda de hegemonia do jornalismo tradicional. Em média, veículos tradicionais foram compartilhados 44.031 vezes e os alternativos 78.962. Ao menos no Facebook, os veículos alternativos demonstraram ter mais relevância e alcance que os tradicionais. Isso pode se dar por inúmeras razões, como os filtros bolha (PARISIER, 2012) e o reforço de posições ideológicas (GUNTHER, 1992).

Outro ponto interessante é o tema dessas notícias mais compartilhadas. A maior parte delas se divide em três temas: crime, LGBT e corrupção. Esses temas têm em comum a capacidade de causar debate, seja pela audiência ter posições marcadas, assim como os boatos, as notícias falsas tem forte apelo emocional, como visto em Silveira, Sanchotene e Lavarda (2017). São assuntos que costumam chamar atenção de pessoas engajadas social e politicamente.

Sobre uma possível solução do problema, a pesquisa empírica e o levantamento bibliográfico levam a acreditar que não existe solução de curto prazo. Nos últimos anos, as redes sociais crescem em relevância e participação, o ambiente político encoraja a polarização e a psicologia da crença reforça a ideia de que a audiência continuará acreditando no que reforçar sua posição.

Mesmo soluções como mais informações de qualidade contra as notícias falsas, apresentada pelo presidente do TSE, Luiz Fux, no Painel da Folha de S. Paulo do dia 3 junho de 2018, são contestadas. A perda da hegemonia do jornalismo tradicional (TAVARES, 2017) e um conhecimento anterior do assunto (GUNTHER, 1992), que seria dado por essa informação de qualidade, são características que reforçam o fenômeno das notícias falsas.

REFERÊNCIAS

ALLCOTT, Hunt, GENTZKOW, Matthew. **Social media and fake news in the 2016 election**. National Bureau of Economic Research, Cambridge, 2017.

AMÂNCIO, Thiago. **Papai Noel Luiz, 83, acumula pedradas e até carro queimado por falta de doce**. Folha de S. Paulo, 15 dez. 2017. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2017/12/1943523-papai-noel-luiz-83-acumula-pedradas-e-ate-carro-queimado-por-falta-de-doce.shtml>>. Acesso em 15 abr. 2018.

AMAZEEN, Michele A, GUO, Lei e VARGO, Chris J. **The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016**. Sage, Colorado 2017.

ANA. **Pesquisa revela: homens que fumam maconha se sentem atraídos por outros homens**. YsContent, 5 dez. 2017. Disponível em: <http://yscontent.com/br/pesquisa-revela-homens-que-fumam-maconha-se-sentem-atraidos-por-outros-homens/?stpt=_tfR1J6zrDdI_wtPx30WUY8OaPZz9i7j/>. Acesso em 15 abr. 2018.

AOS Fatos e Facebook unem-se para desenvolver robô checadora. Aos Fatos, 04 jan. 2018. Disponível em: <<https://aosfatos.org/noticias/aos-fatos-e-facebook-unem-se-para-desenvolver-robo-checadora/>> 05 mar. 2018

ARAÚJO, Glauco. **Tatuador alugou quarto em pensão onde escreveu na testa de adolescente no ABC**. G1, 11 jun. 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/tatuador-alugou-quarto-em-pensao-onde-escreveu-na-testa-de-adolescente-no-abc.ghtml>>. Acesso em: 11 abr. 2018.

ARAÚJO, Glauco. **Tatuador é preso por tortura após escrever “eu sou vacilão” na testa de adolescente no ABC**. G1, 10 jun. 2018. <<https://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/tatuador-e-preso-por-tortura-apos-escrever-eu-sou-ladrao-e-vacilao-na-testa-de-adolescente-no-abc.ghtml>>. Acesso em: 11 abr. 2018

ARAÚJO, Pedro Zambarda. **O antipetismo é pouco politizado, diz o professor Pablo Ortellado, da USP, ao DCM. Por Zambarda.** Diário do Centro do Mundo, 08 ago. 2017. Disponível em: <<https://www.diariodocentrodomundo.com.br/o-antipetismo-e-pouco-politizado-diz-o-professor-pablo-ortellado-da-usp-ao-dcm-por-zambarda/>>. Acesso em: 07 fev. 2018.

BARBARA, Vanessa. **The end of the world? In Brazil, it's already here.** New York Times, 05 jan. 2017. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2017/01/05/opinion/the-end-of-the-world-in-brazil-its-already-here.html?_r=0/>. Acesso em: 09 abr. 2018

BARROS, Gustavo de Campos, ELHAJI, Mohamed. **Imprensa alternativa e comunicação: Construindo conceitos de prática essencial.** Intercom. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2008.

BENNET, W. Lance. **Changing Citizenship in the Digital Age.** Civic Life Online: Learning How Digital Media Can Engage Youth. Edited by W. Lance Bennett. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press, 2008.

Biased. Communication Research, v. 31, n. 6, p. 623–641, 1 dez. 2004.

BRASIL, Jornal. **China sugere ao Brasil a Lei que dá Pena de Morte para os Políticos Corruptos.** Disponível em: <<http://www.thejornalbrasil.com.br/2017/02/china-sugere-ao-brasil-lei-que-da-pena.html/>>. Acesso em: 08 abr. 2018

BRASIL; BRASÍLIA. Justiça Federal. Decisão nº 1007839-83.2017.4.01.3400. Autor: Carlos Alexandre Klomfahs. Réu: Presidência da República Federativa do Brasil. Relator: Renato Borelli. Brasília, DF, de 27 de julho de 2017. **20ª Vara Federal Cível da SJDF**, Brasília, <<http://portal.trf1.jus.br/lumis/portal/file/fileDownload.jsp?fileId=2C90824F5BE5F303015D7F0532473648/>>. Acesso em: 10 abr. 2018

BRASIL; PARANÁ. Justiça Federal. Despacho/Decisão nº 5025956-71.2016.4.04.7000/PR.

Autor: União - Advocacia Geral da União. Réu: UTC Engenharia S/A; Mateus Coutinho de Sá Oliveira; Alberto Youssef; Odebrecht plantas industriais e participações, Construtora Norberto Odebrecht S A; Paulo Roberto Costa; Fernando Augusto Stremel Andrade; Renato de Souza Duque; José Ricardo Nogueira Breghirolli; Agenor Franklin Magalhães Medeiros; OAS S.A; Coesa Engenharia LTDA; Odebrecht S/A; Construtora OAS LTDA; Pedro José Barusco Filho; José Adelmario Pinheiro Filho. Relator: FRIEDMANN ANDERSON WENDPAP. Curitiba, de 24 de março de 2017. **1ª Vara Federal de Curitiba**, Curitiba,, https://eproc.jfpr.jus.br/eprocV2/controlador.php?acao=acessar_documento_publico&doc=701490380119201810017689290304&evento=701490380119201810017689444149&key=c14e9a8ccfb81389f773d085dd338bae19cfa4af6c6c643e8ebabfba083ed8ac/. Acesso em 10 abr. 2018

BRASIL; PARANÁ. Justiça Federal. Sentença nº 50465129420164047000. Autor: Ministério Público Federal; Petroleo Brasileiro SA Petrobras. Réu: Roberto Moreira Ferreira; Luiz Inácio Lula da Silva, Fábio Hori Yonamine, Marisa Letícia Lula da Silva, Paulo Tarciso Okamoto, Agenor Franklin Magalhães Medeiros, José Adelmário Pinheiro Filho, Paulo Roberto Valente Gordilho. Relator: Sérgio Moro. Curitiba, de 12 de julho de 2017. **13ª Vara Federal de Curitiba**.

https://eproc.jfpr.jus.br/eprocV2/controlador.php?acao=acessar_documento_publico&doc=701499865861150550083652403176&evento=701499865861150550083656926984&key=c01004fc7c09e4b17db3a94633fba12a32f5ef4d1bea55b5c66957d4ab0c2a92/. Acesso em 10 abr. 2018.

BRUCKNER, Amanda Nunes. **Uma idosa de 72 anos, vítima de um AVC, morreu na cidade de Campinas, interior de SP**, 02 fev 2017. Disponível em: <<https://www.diariodobrasil.org/maria-de-fatima-vitima-de-um-avc-morreu-na-fila-do-sus-ninguem-ficou-sabendo/>>. Acesso em 08 fev. 2017.

CAMARGO, Luciana. **“Esses corruptos são genocidas, são eles que matam as pessoas que estão morrendo nas filas dos hospitais”, diz Miguel Falabella**. Folha Política, 23 mai. 2017. Disponível em: <<http://www.folhapolitica.org/2017/05/esses-corruptos-sao-genocidas-sao-eles.html>>Acesso em: 15 abr. 2018.

CAPARELLI, Sérgio. **Comunicação de massa sem massa**. Summus editora. 1986.

CARNEIRO, Eduardo. **PhD em Harvard, brasileira supera fome e preconceito e soma 56 prêmios na carreira**. UOL, 23 mai. 2017.

Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2017/05/23/phd-em-harvard-brasileira-supera-fome-e-preconceito-e-soma-56-premios-na-carreira.htm/>>. Acesso em: 09 abr. 2018.

CASTRO, João Paulo, ROSSI, Mariane. **Marido diz que mulher foi espancada por causa de boato em rede social**. G1, Santos, 05 mai. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2014/05/marido-diz-que-mulher-foi-espancada-por-causa-de-boato-em-rede-social.html/>>. Acesso em: 01 nov. 2017.

CONSTANTINO, Rodrigo. **Rio tem nove policiais militares mortos em 12 dias: isso deveria chocar e incomodar a ONU e o Papa!**. Blog do Rodrigo Constantino, 13 jan. 2017. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/rodrigo-constantino/artigos/rio-tem-nove-policiais-militares-mortos-em-12-dias-isso-deveria-chocar-e-incomodar-onu-e-o-papa/>>. Acesso em 07 abr. 2018.

COSTA, Teresa Leonel. **Aplicativo WhatsApp estimula a produção de outros gêneros e formatos jornalísticos**. Intercom. Universidade do Estado da Bahia. 2017.

CRUNIVEL, Tereza. **Um presidente inocente de verdade faria questão de ser investigado**. Pragmatismo Político, 02 ago. 2017.

Disponível em: <<https://www.pragmatismopolitico.com.br/2017/08/um-presidente-inocente-de-verdade-faria-questao-de-ser-investigado.html/>>. Acesso em: 11 abr. 2018.

DALFOVO, Michael Samir; LANA, Rogério Adilson; SILVEIRA, Amélia. **Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico**. Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.2, n.4, p.01- 13, Sem II. 2008

DARNTON, Robert. **A verdadeira história das notícias falsas**. El País, 01 mai 2017. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/28/cultura/1493389536_863123.html>

/>. Acesso em: 01 abr 2018

DOMINGO, Roney. **Jovem decide colocar exame de HIV negativo em perfil do Facebook para negar boato: 'Não dava nem pra sair de casa'**. G1, 11 julho 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/e-ou-nao-e/noticia/jovem-decide-colocar-exame-de-hiv-negativo-em-perfil-do-facebook-para-negar-boato-nao-dava-nem-pra-sair-de-casa.ghtml>>. Acesso em: 01 nov. 2017.

DORNELLES, Beatriz. **Divergências conceituais em torno de comunicação popular e comunitária na América Latina**. Compós, 2007.

ENTENDA a crise na Criméia. G1, 05 mar 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2014/03/entenda-crise-na-crimea.html>>. Acesso em: 05 mar. 2018

EVELAND, W; SHAH, D. **The impact of individual and interpersonal factors on perceived news media bias**. Political Psychology, v. 24, n. 1, 2003.

FAVA, Gihana. **Filtro bolha: desafio para propagação de informação no meio digital**. Intercom. UFJF. 2013.

FGV. Relatório ICJBrasil 1 semestre 2017. Disponível em: <http://direitosp.fgv.br/sites/direitosp.fgv.br/files/arquivos/relatorio_icj_1sem2017.pdf>.

Acesso em: 06 fev 2018.

FIGUEIREDO, Marília Z.A; CHIARI; Brasília M; GOULART, Bárbara N.G. **Discurso do sujeito coletivo: uma breve introdução à ferramenta de pesquisa qualiquantitativa**. Distúrb Comun, São Paulo, 25(1): 129-136, abril, 2013.

FOLHA deixa de publicar conteúdo no Facebook. Folha de S. Paulo, 08 fev. 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/02/folha-deixa-de-publicar-conteudo-no-facebook.shtml>>. Acesso em: 04 abr. 2018.

FONSECA, Alana; GIMENES, Erick, KANIAK, Thais, DIONÍSIO, Bibiana. **Lula é condenado na lava jato a 9 anos e 6 meses de prisão no caso do triplex**. G1, 12 jul. 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pr/parana/noticia/lula-e-condenado-na-lava-jato-no-caso-do-triplex.ghtml/>>. Acesso em: 11 abr. 2018.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

G1. **Temer assina 14 acordos em encontro com presidente da China em Pequim**. 01 set. 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/temer-participa-de-cerimonia-na-praca-da-paz-celestial-em-pequim.ghtml/>>. Acesso em 08 abr. 2018.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS – Porto Alegre. Editora da UFRGS, 2009.

GOMES, Wilson. **Por que a mídia é tão parcial e adversária da minha posição? A hipótese da “hostile media perception”**. Revista Compolítica. Universidade Federal da Bahia. 2016.

GONÇALVES, Eduardo. RABIN, Cláudio. **Camisa ensanguentada de Valdemiro é usada para “curar” fiéis**. Veja, 09 jan. 2017. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/brasil/camisa-ensanguentada-de-valdemiro-e-usada-para-curar-fieis/>>. Acesso em 07 abr. 2018.

GUNTHER, A. C. **Biased Press or Biased Public? Attitudes Toward Media Coverage of Social Groups**. Public Opinion Quarterly, v. 56, n. 2, p. 147, jan. 1992.

GUNTHER, Harmut. **Pesquisa qualitativa vs pesquisa quantitativa: Está é a questão?** Psicologia: Teoria e Pesquisa. Vol. 22 n. 2, pp. 201-210. Mai-Ago, 2006.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) 2016**. Disponível em:

<<https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/sociais/populacao/9127-pesquisa-nacional-po-amostra-de-domicilios.html?&t=resultados/>>. Acesso em: 02 fev 2018.

IBOPE. **Pesquisa Brasileira de Mídia**, 2016. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view/>>. Acesso em 03 nov. 2017.

IRAHETA, Diego. **A professora que mesmo em chamas tentava salvar as crianças de Janaúba**. HuffPost Brasil, 06 out. 2017. Disponível em: <https://www.huffpostbrasil.com/2017/10/06/a-professora-que-mesmo-em-chamas-tentava-salvar-as-criancas-de-janauba_a_23234563/>. Acesso em: 15 abr. 2018.

KHALDAROVA, Irina; PANTTI, Mervi. **Fake News, Journalism Practice**, 10:7, 891-901, DOI: [10.1080/17512786.2016.1163237](https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1163237). Tandf. 2016.

LAVARDA, Suélen, SANCHOTENE, Carlos, SILVEIRA, Ada. **Quando as notícias mais compartilhadas são falsas: a circulação de boatos durante a semana do impeachment no Facebook**. Intercom. UFSM. 2016.

LISBOA, Adriana; PEREIRA, Marina; PEIXOTO, Juliana. **Segurança ateia fogo em creche de Janaúba e mata crianças e professora**. G1, 05 out. 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/mg/grande-minas/noticia/guarda-de-creche-em-janauba-ateia-fogo-em-criancas-deixando-mortos-e-feridos.ghtml>>. Acesso em: 15 abr. 2018.

LOMELINO, Carolina; GRANDIN, Felipe; FREIRE, Felipe; COELHO, Henrique; LEITÃO, Leslie. **PMS mortos no RJ**, 26 ago. 2017. Disponível em: <<http://especiais.g1.globo.com/rio-de-janeiro/2017/pms-mortos-no-rj/>>. Acesso em 07 abr. 2018.

LONGO, Ivan. **O silêncio ensurdecedor da mídia com relação aos atentado na Somália**. Revista Fórum, 16 out. 2017. Disponível em: <<https://www.revistaforum.com.br/o-silencio-ensurdecedor-da-midia-com-relacao-ao-atentado-na-somalia/>>. Acesso em: 15 abr. 2018.

MARCHI, Regina. **With Facebook, Blogs and Fake News, teens reject journalistic “Objectivity”**. Sage. New Brunswick, Rutgers University, 2012.

MARTINUZZO, José Antonio, REZENDE, Renata. **Redes sociais e regime de opinião no cotidiano midiaticizado: um estudo no Facebook**. Intercom. 2014.

MBL barra a entrada de repórter da Folha em evento em São Paulo. Folha de S. Paulo, São Paulo, 11 nov. 2017. Poder. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2017/11/1934810-mbl-barra-a-entrada-de-reporter-da-folha-em-evento-em-sao-paulo.shtml>> Acesso em: 07 fev. 2018.

Mixturandoweb. **Com bolo de Pablo Vitar, menino de 12 anos beija namorado durante festa de aniversário**. Mixturandoweb. Disponível em: <<http://www.mixturandoweb.com/2017/11/com-bolo-de-pablo-vittar-menino-de-12.html>>. Acesso em 15 abr. 2018.

MONITOR do debate político no meio digital. **Facebook**. 30 dez. 2017. Disponível em: <<https://www.facebook.com/monitordodebatepolitico/posts/1085491024845693/>>. Acesso em: 03 jan. 2018

MONITOR do debate político no meio digital. **Facebook**. 30 dez. 2017. Disponível em: <<https://www.facebook.com/monitordodebatepolitico/posts/1638806366180820/>>. Acesso em: 04 jan. 2018

MORAES, Flávio. **FOTOS: Lixo e cansaço marcam fim de noite no Rock in Rio**. G1, 23 set. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/musica/rock-in-rio/2013/fotos/2013/09/fotos-lixo-e-cansaco-marcam-fins-de-noite-no-rock-rio.html#F952648>>. Acesso em: 15 abr. 2018.

MOURA, Rafael Moraes, MARQUES, Vitor. **TSE, Defesa e Abin traçam ações para barrar ‘fake news’**. Estado de S. Paulo, Brasília, 31 out. 2017. Disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,tse-defesa-e-abin-tracam-acoes-para-barrar-fake-news,70002066861>> . Acesso em: 01 nov. 2017.

MOURA, Rafael Moraes, PIRES, Breno. **Moraes alerta sobre ‘fake news’ nas eleições.** Estado de S. Paulo, Brasília, 31 out. 2017. Disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/moraes-alerta-sobre-fake-news-nas-eleicoes/>> . Acesso em: 01 nov. 2017.

NASCIMENTO, Thiago. **New York Times diz que o Brasil se tornará um país de pobres e miseráveis com Temer e PSDB.** Contraponto, 22 mar. 2017. Disponível em: <<http://www.contraponto.blog.br/noticias/395/new-york-times-critica-temer>>. Acesso em: 09 abr. 2018.

NEWMAN, Nic, FLETCHER, Richard, KALOGEROPOULOS, Antonis, LEVY, David A.L, NIELSEN, Ramus Kleis. **Reuters Institute Digital News Report 2017.** Reuters Institute and University of Oxford. 2017.

OLIVEIRA, Mariana. **Juiz do DF manda suspender decreto que aumentou tributos sobre combustíveis.** G1, 25 jul. 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/juiz-do-df-manda-suspender-decreto-que-aumentou-tributos-sobre-combustiveis.ghtml>>. Acesso em: 11 abr. 2018.

PAINEL. **Informação de qualidade ainda é o melhor remédio, diz Barroso sobre Fake news.** Folha de S. Paulo, 03 jun. 2018. Disponível em: <<https://painel.blogfolha.uol.com.br/2018/06/03/informacao-de-qualidade-ainda-e-o-melhor-remedio-diz-barroso-sobre-fake-news/>>. Acesso em: 05. Jun. 2018.

PARISIER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você.** Zahar, 2012. Paginação irregular.

Pastor passa camisa com sangue de Valdemiro Santiago em "manto" para fiéis alcançarem milagres. 00'38''. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=5cXFK6ryiTY>>. Acesso em 07 abr. 2018.

PENNYCOOK, Gordon, RAND, David G. **Who falls for fake news? The roles of analytic**

thinking, motivated reasoning, political ideology and bullshit receptivity. New Haven, Yale University. 2017.

PERUZZO, C. L. K. **Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária.** Intercom, 2006.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço.** revista Galáxia, São Paulo, n. 17, p. 131-146, jun. 2009.

PEW RESEARCH CENTER. **Internet/Broadband Fact Sheet.** 2018. Disponível em: <<http://www.pewinternet.org/fact-sheet/internet-broadband/>>. Acesso em: 25 jan 2018.

PINHEIRO, Flávio. **Jornalismo Alternativo; Alternativa do Jornalismo.** In: **Memórias II Gamacom – Ideologia & Poder da Comunicação Alternativa**, Universidade Gama Filho, 1996.

PORTINARI, Natália; HERNANDES, Raphael. **Fake news ganha espaço no Facebook e jornalismo profissional perde.** Folha de S. Paulo, 08 fev. 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/02/fake-news-ganha-espaco-no-facebook-e-jornalismo-profissional-perde.shtml>>. Acesso em 04 abr. 2018.

RECUERO, R. **Redes sociais na Internet, difusão de informação e jornalismo: elementos para discussão.** In: SOSTER, D.; SILVA, F. F. da. (Org.). **Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma.** Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2009.

RECUERO, Raquel. **Introdução à análise de redes sociais online.** EDUFBA. UFBA. 2017. Disponível em: <<http://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/24759>>. Acesso em 04 abr. 2018.

RENARD, Jean-Bruno. **Um gênero comunicacional: os boatos e as lendas urbanas.** Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, núm. 32, abril, 2007, pp. 97-104. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, Brasil.

REULE, D. **A dinâmica dos rumores na rede: a web como espaço de propagação de boatos virtuais**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 200

RIBEIRO, Manoel Horta; CALAIS; Pedro H; ALMEIDA, Virgílio A. F; MEIRA JR, Wagner. **“Everything I Disagree With is #FakeNews”: Correlating Political Polarization and Spread of Misinformation**. In Proceedings of DATA SCIENCE + JOURNALISM @ KDD 2017, Halifax, Canada (DS+J’17). DOI: 10.475/123 4. 2017.

ROJECKI, Andrew e MERAZ, Sharon. **Rumors and factitious informational blends: The role of the web in speculative politics**. Sage. Chicago, University of Illinois. 2014.

ROMERO, Simon. **Brazil’s leaders tout austerity (Just not for them)**. New York Times, 03 mar. 2018. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2017/03/03/world/americas/brazils-leaders-tout-austerity-just-not-for-them.html>>. Acesso em: 09 abr. 2018.

ROSA, André; TOMAZ, Kleber; REIS; Vivian. Homem solto após ejacular em mulher em ônibus é preso de novo ao atacar outra passageira. G1, 02 set. 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/homem-e-preso-suspeito-de-ato-obsceno-contramulher-em-onibus-3-caso-em-sp.ghtml>>. Acesso em: 28 abr. 2018.

SÃO BERNARDO DO CAMPO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Habeas corpus processo nº 2110407-49.2017.8.26.0000. Relator: José Raul Gavião de Almeida. Petição firmada pelo defensor público Urbano Finger Neto, impetrou habeas corpus em favor de Ronildo Moreira de Araújo e Maycon Wesley Carvalho dos Reis. Diário de Justiça Eletrônico, São Paulo, 20/06/2017. Acesso em: 11 abr. 2018.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Execução provisória nº 0016788-73.2017.8.26.0041. Réu: Diego Ferreira de Novais. Relator: José Fabiano Camboim de Lima. São Paulo, de 24 de outubro de 2017. **Tribunal de Justiça de São Paulo**, São Paulo, <https://esaj.tjsp.jus.br/cpopg/show.do?processo.codigo=1500012DM0000&processo.foro=41&conversationId=&dadosConsulta.localPesquisa.cdLocal=1&cbPesquisa=NMPARTE&dado>

sConsulta.tipoNuProcesso=UNIFICADO&dadosConsulta.valorConsulta=Diego Ferreira de Novais&uuidCaptcha=&pbEnviar=Pesquisar&paginaConsulta=1.

SCHMITT, K. M.; GUNTHER, A. C.; LIEBHART, J. L. **Why Partisans See Mass Media as Biased**. Sage. 2004.

SILVA, Alberto. **Pastor Valdemiro cobra 50 mil para passar camisa de sangue em fiéis e garante salvação eterna**. Pensa Brasil, 10 jan. 2017. Disponível em: <<https://pensabrasil.com/pastor-valdemiro-cobra-50-mil-para-passar-camisa-de-sangue-em-fieis-e-garante-salvacao-eterna/>> Acesso em 05 abr. 2018.

SILVA, Nayane Maria de Rodrigues da. **Fake news: a revitalização do jornal e os efeitos Fact-checking e CrossCheck no noticiário digital**. Temática, ano XIII, n. 08. 2017.

SILVERMAN, Craig. **Lies, damn lies and viral content: How newswebsites spread (and debunk) online rumors, unverified claims and misinformation**. Tow Center for Digital Journalism, Columbia Journalism School. 2015.

SOUSA, Joana D'Arc Félix de. **Currículo do sistema currículo Lattes**. Disponível em: <<http://lattes.cnpq.br/6738191075034828>>. Acesso em: 09 abr. 2018.

SOUZA, Rogério Martins de, BARROS, Pâmella Avelar de. **A crise da credibilidade jornalística em meio aos boatos virtuais: o caso do corte de cabelo do ditador**. Intercom. Centro Universitário Volta Redonda, 2015.

SOUZA, Rogério Martins de. **Investigando as fake news: análise das agências fiscalizadoras de notícias falsas no Brasil**. Intercom. Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda. 2017.

SPAGNUOLO, Sérgio. **Como fazer sua própria checagem de fatos e detectar notícias falsas**. Aos Fatos, 24 nov 2016. Disponível em: <<https://aosfatos.org/noticias/como-fazer-sua-propria-checagem-de-fatos-e-detectar-noticias-falsas/>>. Acesso em: 03 nov. 2017

TANDOC, Edson, LIM, Zheng Wei, LING, Richard. **Defining “Fake news”**. Digital

Journalism. DOI. 2017. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>>. Acesso em: 04 fev. 2018.

TAVARES, Camila Quesada. **A crise da hegemonia do jornalismo e o impacto nas lógicas de campanha eleitoral online**. Compolítica. UFRGS,. 2017.

TESSAROLO, Felipe Maciel e SOUZA, Kennedy Anderson Cupertino. **Fake news: Ética e credibilidade jornalística em risco**. Intercom. Vitória, Centro Universitário Faesa. 2017.

TOMAZELA, José Maria. **Guloseimas acabam e papai noel é apedrejado por crianças em Itatiba**. Estadão, 13 dez. 2017. Disponível em: <<http://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,guloseimas-acabam-e-papai-noel-e-apedrejado-por-criancas-em-itatiba,70002118564>>. Acesso em 15 abr. 2018.

Valdemiro Santiago diz que seu sangue na camisa curou pessoas? Polêmica!. Eliseu Lustosa. 03'34''. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=xjndVFEBJMU>>. Acesso em 07 abr. 2018.

WORD of the year 2016 is. Oxford Dictionaires. Disponível em: <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>. Acesso em: 26 mar. 2018

YUHAS, Alan. **'Pizzagate' gunman pleads guilty as conspiracy theorist apologizes over case**. The Guardian, Washington, 25 mar. 2017. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/us-news/2017/mar/25/comet-ping-pong-alex-jones>>. Acesso em: 01 nov. 2017.

ZAGO, G. da S. **Boatos que Viram Notícia: Considerações sobre a Circulação de informações entre Sites de Redes Sociais e Mídia Online de Referência**. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 11., 2010, Novo Hamburgo. Anais eletrônicos... Novo Hamburgo, 2010.

Anexo A – Ranking por número de compartilhamentos

Notícia	Veículo	Classificação	Compartilhamentos	Verificação
Rock in Rio: Querem salvar a Amazônia, mas não juntam o próprio lixo	Jornal da cidade online	Alternativo	168431	Falso
China sugere ao Brasil a Lei que dá Pena de Morte para os Políticos Corrupto	The Jornal Brasil	Alternativo	159057	Falso
Esses corruptos são genocidas, são eles que matam as pessoas que estão morrendo nas filas dos hospitais', diz Miguel Falabella	Folha Política	Alternativo	132569	Verdade
New York Times diz que o Brasil se tornará um país de pobres e miseráveis com Temer e PSDB	Contraponto	Alternativo	94260	Falso
PhD em Harvard, brasileira supera fome e preconceito e soma 56 prêmios na carreira	UOL	Tradicional	74171	Verdade
Lula é condenado na Lava Jato a 9 anos e 6 meses de prisão no caso do triplex	G1	Tradicional	70034	Verdade
Homem solto após ejacular em mulher em ônibus é preso de novo ao atacar outra passageira	G1	Tradicional	68516	Verdade
O silêncio ensurdecedor da mídia com relação ao atentado na Somália	Revista Fórum	Tradicional	62256	Verdade
Maria de Fátima (vítima de um AVC) morreu na fila do SUS. Ninguém ficou sabendo!	Diário do Brasil	Alternativo	57293	Falso
Um presidente inocente de verdade faria questão de ser investigado	Pragmatismo Político	Alternativo	53498	Verdade
Pastor Valdemiro cobra 50 mil para passar camisa de sangue em fiéis e garante salvação eterna.	Pensa Brasil	Alternativo	49312	Falso
Tatuador é preso por tortura após escrever 'eu sou ladrão e vacilão' na testa de adolescente no ABC	G1	Tradicional	46651	Verdade
Segurança ateia fogo em creche de Janaúba e mata crianças e pr	G1	Tradicional	38508	Verdade
Rio tem nove policiais militares mortos em 12 dias: isso deveria chocar e incomodar a ONU e o Papa! Rodrigo Constantino	Blog do Rodrigo Constantino	Alternativo	36105	Verdade
Com bolo de Pablo Vittar, menino de 12 anos beija namorado durante festa de aniversário.	Mixturandoweb	Alternativo	35778	Falso
Tatuador alugou quarto em pensão onde escreveu na testa de adolescente no ABC	G1	Tradicional	34540	Verdade
Guloseimas acabam e crianças atiram pedras em Papai Noel no interior de SP - São Paulo - Estadão	Estadão	Tradicional	16878	Verdade
Camisa ensanguentada de Valdemiro é usada para 'curar' fiéis	Veja	Tradicional	15290	Verdade
A professora que mesmo em chamas tentava salvar as crianças c	HuffPost Brasil	Tradicional	13467	Verdade
Pesquisa revela: Homens que fumam maconha se sentem atraídos por outros homens	YsContent	Alternativo	3318	Falso

Anexo B – Ranking por número de comentários

Notícia	Veículo	Classificação	Comentários	Checagem
Com bolo de Pablo Vittar, menino de 12 anos beija namorado durante festa de aniversário.	Mixturandoweb	Alternativo	370209	Falso
Tatuador é preso por tortura após escrever 'eu sou ladrão e vacilão' na testa de adolescente no ABC	G1	Tradicional	284939	Verdade
Homem solto após ejacular em mulher em ônibus é preso de novo ao atacar outra passageira	G1	Tradicional	130273	Verdade
Pastor Valdemiro cobra 50 mil para passar camisa de sangue em fiéis e garante salvação eterna.	Pensa Brasil	Alternativo	109061	Falso
China sugere ao Brasil a Lei que dá Pena de Morte para os Políticos Corrupto	The Jornal Brasil	Alternativo	103955	Falso
Lula é condenado na Lava Jato a 9 anos e 6 meses de prisão no caso do triplex	G1	Tradicional	103432	Verdade
Tatuador alugou quarto em pensão onde escreveu na testa de adolescente no ABC	G1	Tradicional	99565	Verdade
Rock in Rio: Querem salvar a Amazônia, mas não juntam o próprio lixo	Jornal da cidade online	Alternativo	94927	Falso
Camisa ensanguentada de Valdemiro é usada para 'curar' fiéis	Veja	Tradicional	67406	Verdade
Segurança ateia fogo em creche de Janaúba e mata crianças e professora	G1	Tradicional	65987	Verdade
Guloseimas acabam e crianças atiram pedras em Papai Noel no interior de SP - São Paulo - Estadão	Estadão	Tradicional	48830	Verdade
New York Times diz que o Brasil se tornará um país de pobres e miseráveis com Temer e PSDB	Contraponto	Alternativo	40913	Falso
PhD em Harvard, brasileira supera fome e preconceito e soma 56 prêmios na carreira	UOL	Tradicional	29926	Verdade
Maria de Fátima (vítima de um AVC) morreu na fila do SUS. Ninguém ficou sabendo!	Diário do Brasil	Alternativo	28414	Falso
Um presidente inocente de verdade faria questão de ser investigado	Pragmatismo Político	Alternativo	27830	Verdade
Esses corruptos são genocidas, são eles que matam as pessoas que estão morrendo nas filas dos hospitais', diz Miguel Falabella	Folha Política	Alternativo	17958	Verdade
O silêncio ensurdecedor quant o ao atentado na Somália	Revista Fórum	Tradicional	17810	Verdade
Pesquisa revela: Homens que fumam maconha se sentem atraídos por outros homens	YsContent	Alternativo	16973	Falso
Rio tem nove policiais militares mortos em 12 dias: isso deveria chocar e incomodar a ONU e o Papal	Blog do Rodrigo Constantino	Alternativo	14424	Verdade
A professora que mesmo em chamas tentava salvar as crianças de Janaúba	HuffPost Brasil	Tradicional	12985	Verdade

Anexo C - Ranking por número de reações

Notícia	Veículo	Classificação	Reações	Verificação
Rock in Rio: Querem salvar a Amazônia, mas não juntam o próprio lixo	Jornal da cidade online	Alternativo	1100141	Falso
China sugere ao Brasil a Lei que dá Pena de Morte para os Políticos Corruptos	The Jornal Brasil	Alternativo	738122	Falso
PhD em Harvard, brasileira supera fome e preconceito e soma 56 prêmios na carreira	UOL	Tradicional	690901	Verdade
Tatuador é preso por tortura após escrever 'eu sou ladrão e vacilão' na testa de adolescente no ABC	G1	Tradicional	588863	Verdade
Homem solto após ejacular em mulher em ônibus é preso de novo ao atacar outra passageira	G1	Tradicional	554694	Verdade
Lula é condenado na Lava Jato a 9 anos e 6 meses de prisão no caso do triplex	G1	Tradicional	518939	Verdade
Com bolo de Pablo Vittar, menino de 12 anos beija namorado durante festa de aniversário.	Mixturandoweb	Alternativo	486459	Falso
Segurança ateia fogo em creche de Janaúba e mata crianças e professora	G1	Tradicional	375848	Verdade
A professora que mesmo em chamas tentava salvar as crianças de Janaúba	HuffPost Brasil	Tradicional	359758	Verdade
O silêncio ensurdecedor da mídia com relação ao atentado na Somália	Revista Fórum	Tradicional	347111	Verdade
Esses corruptos são genocidas, são eles que matam as pessoas que estão morrendo nas filas dos hospitais', diz Miguel Falabella	Folha Política	Alternativo	332767	Verdade
New York Times diz que o Brasil se tornará um país de pobres e miseráveis com Temer e PSDB	Contraponto	Alternativo	271356	Falso
Um presidente inocente de verdade faria questão de ser investigado	Pragmatismo Político	Alternativo	262915	Verdade
Maria de Fátima (vítima de um AVC) morreu na fila do SUS. Ninguém ficou sabendo!	Diário do Brasil	Alternativo	231922	Falso
Pastor Valdemiro cobra 50 mil para passar camisa de sangue em fiéis e garante salvação eterna.	Pensa Brasil	Alternativo	218758	Falso
Tatuador alugou quarto em pensão onde escreveu na testa de adolescente no ABC	G1	Tradicional	204703	Verdade
Guloseimas acabam e crianças atiram pedras em Papai Noel no interior de SP	Estadão	Tradicional	199039	Verdade
Rio tem nove policiais militares mortos em 12 dias: isso deveria chocar e incomodar a ONU e o Papai	Blog do Rodrigo Constantino	Alternativo	158151	Verdade
Camisa ensanguentada de Valdemiro é usada para 'curar' fiéis	Veja	Tradicional	139540	Verdade
Pesquisa revela: Homens que fumam maconha se sentem atraídos por outros homens	YsContent	Alternativo	33492	Falso